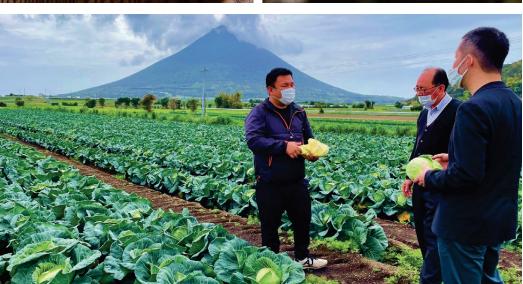




GFP優良事例集 2022



農林水産省

 GFP 農林水産・食品
輸出プロジェクト

あなたを、
生産者の
日本代表にしたい。

四季の豊かなこの国で、だれかを喜ばせたい一心で取り組む生産者のみなさんへ。
海外各国からのニーズが大きくなっている今、みなさんと輸出の成功事例をつくっていきたい。
このコミュニティにぜひ参加して第一歩を踏み出しませんか。農林水産省が全力でサポートします。



100 億人ではなく
1 億人ではなく
農林水産業へ。



こんな方に最適です！

- 輸出をしたいけど、どうしたらいいかわからない！
- ビジネスパートナーを探したい！
- 輸出に関わる情報を効率よく入手したい！

GFPを通じた成約事例も続々と出ています！

登録
無料

参加を希望する方はまずはメンバー登録を。

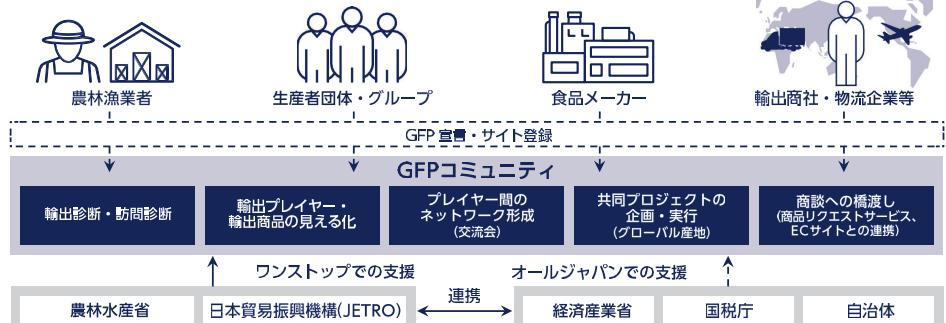
WEB : <http://www.gfp1.maff.go.jp>

問い合わせ先：農林水産省 GFP事務局 Mail : gfp@maff.go.jp



農林水産省

1 GFPコミュニティとは？



- 輸出は、国内出荷と異なり、様々な手続き・規制・言語のハードルや独特の商流が存在し、個々のプレイヤーでは継続的な成果を出すのが困難です。
- こうした課題を乗り越えるため、個々のプレイヤーがビジネスパートナーを見つけ、商談への橋渡しを行うサイトを構築します。
- 併せて、これらのコミュニティでの取組みに対して、行政・JETRO等が一体となって、ワンストップの支援を提供します。

2 GFP登録事業者

農林水産物・食品の輸出に意欲的に取り組もうとする事業者(生産者、食品加工メーカー、商社、物流企业、金融機関など)

3 サービス詳細

- 1 輸出診断・訪問診断**
農林水産省がJETRO、輸出専門家とともに、生産現場等に訪問またはオンラインにて「輸出の可能性」を無料診断します。
- 2 訪問診断実施者フォローアップ**
各登録者の課題解消に向けて、GFPビジネスパートナーマッチング・デジタルカタログ・輸出塾等を通じてサポートします。
- 3 GFPコミュニティサイト**
各登録者が、自分の商品やサービスをGFPサイトのマイページで発信したり、気になる事業者に直接 kontaktできます。
- 4 商品リクエスト**
輸出商社等が現地ニーズに基づく「商品リクエスト」を発信し、生産者との商談につなげるサービスです。
- 5 グローバル产地づくり推進事業**
輸出先国のニーズと規制等に対応し、積極的に戦略を持って輸出への取組を行う产地形成を支援する事業です。
- 6 交流会・セミナーの開催**
情報交換、交流、知識の習得を目的としたセミナー等、多様なイベントを開催します。
- 7 情報発信**
会員限定メールの配信、Facebook GFP関連の情報発信、GFP登録者の発信のシェア等を随時行っております。



農林水産省

GFP 農林水産物・食品
輸出プロジェクト

目次

※2022年選定事業者

■ 株式会社わかさや本舗（北海道・菓子/メーカー）	… P1	■ 株式会社市川農場（滋賀県・いちご/生産者）	… P29
■ 北海道チクレン農業協同組合連合会（北海道・牛肉/生産団体）	… P3	■ 福島鰹株式会社（京都府・水産加工/メーカー）	… P31
■ 十勝清水町農業協同組合（北海道・農業協同組合）※	… P5	■ 東亜食品工業株式会社（兵庫県・乾麺/メーカー）	… P33
■ 大潟村農産物・加工品輸出促進協議会（秋田県・コメ/輸出支援）	… P7	■ 丸京製菓株式会社（鳥取県・菓子/メーカー）※	… P35
■ 岩手中央農業協同組合（岩手県・農業協同組合）※	… P9	■ 木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム (香川県・醤油メーカー団体)※	… P37
■ センコン物流株式会社（宮城県・商社）	… P11	■ 株式会社阪東食品（徳島県・ゆず調味料/メーカー）	… P39
■ 株式会社パン・パシフィック・ インターナショナルホールディングス（東京都・現地小売）	… P13	■ イヨスイ株式会社（愛媛県・水産加工/メーカー）	… P41
■ umamill株式会社（東京都・ECプラットフォーム）	… P15	■ 株式会社杉本商店（宮崎県・しいたけ/生産者）	… P43
■ 株式会社久世（東京都・商社）	… P17	■ 大吉農園（鹿児島県・青果物全般/生産者）	… P45
■ アグベル株式会社（山梨県・ぶどう/生産者）※	… P19	■ 垂水市漁業協同組合（鹿児島県・漁業協同組合）※	… P47
■ 株式会社岩清（静岡県・水産加工/メーカー）	… P21	■ 株式会社レッドアップ（熊本県・トマト/生産者）※	… P49
■ 有限会社杵（福井県・押し寿司/メーカー）	… P23	■ 株式会社萌す（沖縄県・商社）	… P51
■ 株式会社小浜酒造（福井県・日本酒/メーカー）	… P25	■ 株式会社478company（沖縄県・商社）	… P53
■ 株式会社平松食品（愛知県・佃煮/メーカー）	… P27	■ 島唐食品（沖縄県・節照たれ/メーカー）※	… P55





GFP優良事例

株式会社わかさや本舗 (北海道)

業種：菓子製造業 生産規模：4億円

レギュラー商品化への工夫と現地ニーズ対応で拡大

輸出の背景/経緯

- 香港、台湾の日系百貨店・スーパー向けとしてクッキー等の引き合いを受け、10数年前より輸出（間接輸出）を開始
- 輸出開始時から、アジア圏では北海道商品の引き合いが強く、北海道を強調したパッケージはバイヤーから評判が高く、現在ではアジア諸国を中心に15カ国に輸出
→道産子フェア等が開催されることが多いシンガポールやタイでの販売も実施
- 常温賞味期限が60~180日の商品が多い中、冷凍輸送・保管が可能なコールドチェーンが整備されている国向けに、冷凍品にした輸出も積極的に取り組んできた

輸出品目	輸出先国
焼菓子	中国
半生菓子	香港
	シンガポール
	米国 等

輸出取組

輸出取組内容

- 常温保管が可能で日持ちのする、サブレやクッキー等の焼き菓子を主なラインナップとして、日系百貨店・量販店等の小売店向けに輸出
- 国内向けの土産用パッケージ（箱入り）から、輸出専用に袋タイプを導入するとともに、定番商品として手軽に利用できるよう、内容量を増やすなど割安感を演出
→輸出用に専用パッケージの「じゃがバタークッキー」・「ポテっとチーズ」・「北海道牛乳サブレ」・「北海道コーンチョコレート」を販売
- 現在は、香港・台湾・中国の3か国向けを主力に、シンガポール・マレーシア・ベトナム・韓国等のアジア圏へ重点的に輸出
- 焼き菓子商品をメインに、北米・豪州向けを含む幅広い国向けに提案を行っていく考えであり、コロナ後は積極的に商談会・展示会へ参加予定

輸出モデル



小麦粉・砂糖・乳の原材料は全て北海道産にこだわり、札幌市の工場のみで製造する北海道ブランドを全面的にアピールした「Made in 北海道」の菓子商品。お客様の顔を思いながら安心・安全な商品製造に取り組む

3年前の台湾・米国等での輸入規制（原材料使用油脂の精製過程における水素添加油脂の輸入禁止）により、輸出額が激減したが、1年間をかけて原材料油脂を変更。相手国の規制・ニーズへの対応が重要性を改めて認識

継続的な取扱いに向けた工夫として陳列のしやすさや小売店向けに合ったパッケージに変更する工夫を施す。表示内容のルールが多いインドネシア等へは、相手国の条件に合わせてパッケージ・裏面をシール等で対応

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

1,307万円

+890万
(168%)

GFP参画後(2021年)

2,197万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

販路開拓・売場確保に向けてGFPネットワークを活用

課題 1

日系量販店向けの販路開拓を目指しているがきっかけがない

講演イベント

課題 2

GFPメンバーである取引先と継続的な輸出に向けてより一層の関係を構築したい

GFP超会議 in Osaka

課題 3

札幌にいながら全国の商談会情報や輸入規制等の各種情報を早く知りたい

GFPメールマガジン/コミュニティサイト

自社が望む販売先との販路構築を実現

日頃出会うことが難しい大手小売店の経営層から今後の海外展開案を聞き、商品提供を積極的に行うべく営業を行った結果、販路を構築



店舗での販売風景

定期的なイベント開催による交流機会の増加

GFP超会議 in Osakaにて、GFPメンバーである取引先と交流を深めた結果、輸出先・売場が拡大。定期的なイベント開催により繋がりが強化



GFP超会議 in Osaka

GFP登録による関連情報の取得

輸出に取り組む上で、早い情報取得が重要。特に、枠が決まっている商談会情報をすぐに知ることで、毎年参加する機会が増え成約率が向上



情報提供等を通じて参加した商談会の様子

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

日系店のバイヤーや責任者もGFPに登録してメンバーとして共に取り組めている点は本当に素晴らしいと感じています。コロナ後は、積極的に商談会・展示会にする一方で、既存取引先との関係強化にも努めています。GFPにおいては、海外に日本のアンテナショップを設置する等、海外現地との交流がより増えていくことを期待しています。



落合千秋 様



GFP優良事例

北海道チクレン農業協同組合連合会
(北海道)

業種：畜産品加工・販売 生産規模(頭数)：8000頭

輸出品目

輸出先国

赤身牛肉
牛肉加工品

× タイ
ベトナム

GFPの各取組を通じて輸出計画策定・販促を実施

輸出取組

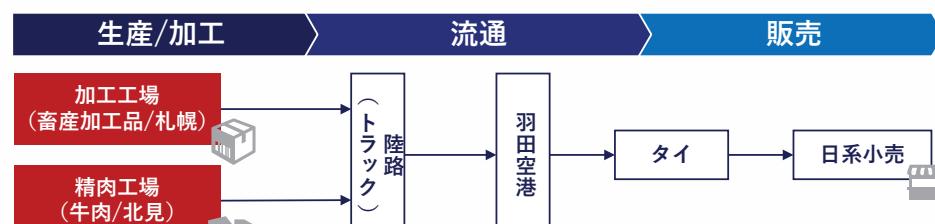
輸出の背景/経緯

- 畜産農家様の経営安定を目的に、更なる販路拡大に向けて国外への展開を検討
- 既存の国内取引事業者に相談した結果、タイでのキタウシリの取引が始まったことが輸出のきっかけ
- 主要輸出先国であるタイで流通する牛肉は元々赤身肉が主流であり、受け入れられる可能性が高いと想定
- アジア圏を中心に日本産・北海道産はブランドとしての認知度が高く、消費者への訴求力も高いことから、赤身肉の輸出拡大余地があると判断
- 現在は、ベトナム向けに牛肉輸出を進めており商社・現地でのカッティング工場と具体的な輸出方法を検討

輸出取組内容

- 北海道ホルスタイン赤身牛肉の自社ブランド「キタウシリ」を輸出メイン品目に掲げ、タイ・ベトナム・ミャンマー・マカオ向け輸出の工場認定を取得し、輸出可能な体制を構築
- グローバル产地づくり推進事業に参画し、新商品開発を前提に輸出計画を立案
- 現在はタイを中心に輸出を進めており、日系小売での提供を拡大中であり、マカオ等への輸出拡大・他国向け施設認定取得も視野に検討中
- 親日国のタイでは”都道府県産”（＝北海道産）牛肉が高く評価され、シンガポールでは健康志向の高さから安心安全のイメージがある北海道産が好まれる傾向
- 直近では、GFPのビジネスパートナーマッチングを活用してGFP事務局から商社を紹介してもらい、ベトナム輸出に向けた取組を継続中

輸出モデル



生産について、北海道内のJA・農家様と委託契約し、“キタウシリ”という赤身肉を生産し、自社の工場で精肉している。加工についてはグループ会社の北海道チクレンミートで加工を実施

北見市の精肉工場・札幌市の加工品工場から陸路で羽田空港まで畜産品を輸送している。羽田空港からタイへ輸出。牛肉は、チルド・冷凍双方での輸出が可能であり、先方のオーダーで適宜対応が可能

日系小売は既に商流のある店舗り上げ拡大が期待でき、関係性強化が重要。今後展開予定の日系外食店の有望チャネルとして、特に牛肉消費量が多い焼肉店・すき焼き・しゃぶしゃぶ店が挙げられる

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

60万円

+2,874万
(4890%)

GFP参画後(2021年)

2,934万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

GFP推進企画の有効活用で輸出パートナー取引を拡大

課題 1

キープレイヤーとの関係性の構築・強化によって輸出体制を構築したい

ビジネスパートナー マッチング

オンラインマッチング イベントで関係構築

マッチングイベントを通じて様々な輸出事業者の商談を実施。商談の結果、新規の輸出先国へサンプルを送付するなど、販路の拡大に繋げた



オンラインマッチング画面

課題 2

“商社任せ”ではなく、自社提案力強化によって輸出を拡大したい

提案力強化の機会

GFP超会議登壇で 提案力強化

GFPトップランナーとしてタイにおける赤身牛肉の輸出実績と赤身牛肉市場の可能性・“北海道ブランド”的可能性についてプレゼンを実施



GFP超会議登壇の様子

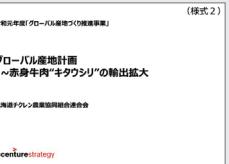
課題 3

コロナウイルスの影響を鑑みて輸出計画を変更する必要があった

輸出戦略の再検討

グローバル产地づくり 推進事業の採択

緻密な現地調査に基づく、グローバル产地計画を策定しつつ、コロナ影響に鑑みて柔軟に計画内容の見直しを行ながら情勢変化に対応



グローバル产地計画資料

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

畜産農家様の経営安定のため、国内に留まらずタイを中心に海外への販路を拡大することができました。今後も畜産農家様を守り、畜産農家様の所得向上に少しでも貢献できるよう、キタウシリを世界へ販売していきたい思いを強く持ち、GFPを通じて輸出拡大を進めてまいります！



福佐悠太 様



GFP優良事例

十勝清水町農業協同組合(北海道)

業種：農業協同組合 取扱金額：315億円

2022年 選定

輸出品目	輸出先国
黒にんにく にんにく 調味料 (マヨネーズ・ ドレッシング)	台湾
X	香港
	フィンランド

JA主導による生産体系の省力化・販促で生産者所得向上

輸出取組

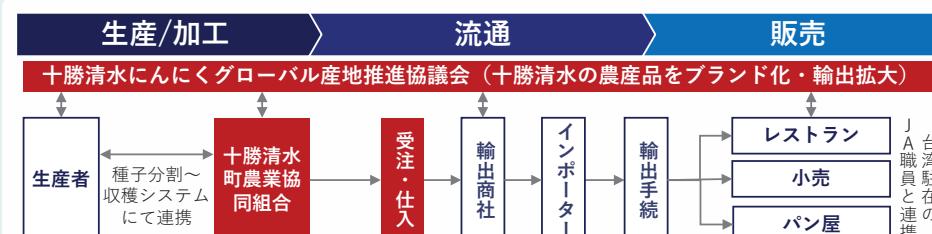
輸出の背景/経緯

- 高齢化・労働力不足等の不安定要素に対応するため、2017年頃より生産体系の省力化及び面積拡大を目的としたプロジェクトを始動
- 2019年よりGFPグローバル産地づくり推進事業を活用し、十勝清水にんにくグローバル産地推進協議会を立ち上げ。世界に通用し得る生産基盤の確立を目指す
- 当事業にて、世界第2位のにんにく輸出国であるスペインの現地視察後、Broch社製の一貫システムを導入し、生産体系の省力化・面積拡大
- 現地市場調査を基に、JA加工工場にて規格外品を活用した“にんにく調味料”を積極的に商品開発・販路拡大
- 今後は品目拡大(大豆・小豆)を図りながら、生産者の所得向上に努める

輸出取組内容

- イタリア料理・スペイン料理等が、アジア各国でも人気を博しており、にんにくの需要は、世界的に上昇。世界に通用する「にんにく」として産地形成・輸出取組に着手
- バイオマス資源から有機肥料「しみず有機」を生産し、耕種農家が利用して生産した作物を「とれたんと」としてブランド化する循環型農業を展開
- スペインの省力化システムを導入し、JA主導による一元的な種子分割～収穫のシステム構築を推進。単収拡大・効率化推進に寄与し、平畠によりマルチ貼りの手間が大幅に削減
- 7年の歳月をかけて開発したウイルスフリー由来の優良種子により生産性向上や単位収量が向上
- 台湾出身の職員(現地滞在)を採用し、現地レストラン・小売を中心に営業活動を加速。台湾の人気パン屋と連携した黒にんにくベーグルを開発・販売や、有名シェフ・インフルエンサーと連携したプロモーションを実施

輸出モデル



GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2019年)

0円

+150万

GFP参画後(2021年)

150万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

スペイン視察を通じて輸出体制確立・積極的に商談活用

課題1

高齢化や労働力不足に対応するため、生産体系の省力化や面積拡大に向けた取組を推進したい

GFPグローバル産地づくり推進事業

スペイン視察を踏まえた生産体系確立

世界第二位のにんにく輸出国であるスペインを視察し、現地の風土や食文化、生産技術を学ぶことで、生産体系省力化に向けた機械導入やマーケットインでの商品開発に成功



課題2

GFPメンバーに向けた情報発信・連携を図りながら、新たなネットワークを構築したい

GFP輸出産地セミナー&マッチング/GFPカタログ

GFPメンバーとの関係構築・取組PR

GFPイベントでの登壇・取組紹介を通じて、地域商社：萌すとマッチング。商談会時にGFPカタログを提示することで、十勝清水町の取組・商品に関心を得てもらえるようになった



課題3

GFPネットワークを活用し、新規輸出国・商流を確立することで、安定輸出を目指したい

GFPビジネスパートナーマッチング

新規販売国・バイヤーとのマッチング実現

GFPビジネスパートナーマッチングを通じて、EU向け輸出商社：Japonteとマッチングした結果、フィンランドのJapanフェアに出品・黒にんにくの初輸出に成功した



GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



当JAは、輸出に関してスタートラインに立ったばかりであり、全国優良企業様が参加されておりますGFPに参画させて頂くことにより多くの事を学び、情報を得ることができました。今後は、当JAの農畜産物を広く周知し皆さんと一緒に行きたいと考えておりますので是非御相談ください。



GFP優良事例

大潟村農産物・加工品輸出促進協議会 (秋田県)

業種：支援組織 生産規模：域内で118億円

輸出品目	輸出先国
グルテンフリー餃子	アジア
パスタ	米国
甘酒	EU等

着実な輸出につなげる生産から販売までの体制構築

輸出取組

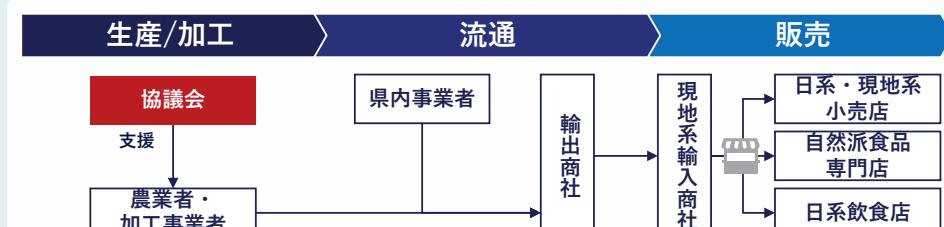
輸出の背景/経緯

- 国内のコメ消費が減少傾向にある中、輸出を通じた新規の販路獲得を目的とし、大潟村とJA大潟村、村内企業などが、村農産物・加工品輸出促進協議会を設立。設立後これまで5年にわたり、輸出量増加に向けた活動を推進
- 域内生産者が、事業者単独では資金・ノウハウ面で対応できなかった、輸出向け認証取得(ISO22000・FSSC22000・グルテンフリー・ハラル等)や、展示会を通じた商談獲得等をサポート
- 海外の健康志向消費者を中心に消費が拡大中の、グルテンフリー消費を機会とした商品開発を支援(グルテンフリー餃子・パスタ、甘酒、コメ、PBの加工食品等)

輸出取組内容

- 会員企業のニーズに合わせた直接・間接輸出の体制整備を支援。直接輸出のスキームでは、各國の市場調査を進めながら、テスト輸送に対応可能な現地業者とのネットワークを構築
- グルテンフリーの加工食品を中心とした輸出に加え、各國ニーズに合わせた新規商品開発と輸出ルート確立に向けた取組を継続実施中。コメの高付加価値化による輸出機会も模索
- これまで、EU・香港・台湾・中国・シンガポール・米国・豪州に輸出
- 認証取得支援では、グルテンフリー、コーチャニ次いで、2021年初めにはハラル認証の取得により、インドネシア等イスラム圏への輸出拡大を志向
- 県内業者・地銀がネットワークを有する海外の商社等とも連携し、輸送の効率化・販売先の開拓を継続推進中

輸出モデル



輸出に有効な認証取得を後押しする為に、補助金の活用支援や、新商品開発を支援。特に健康志向・ベジタリアン向けのNon-meat餃子等、現地ニーズに合った商品コンセプトも提案

秋田県と連携し、県内で輸出を志向する事業者と混載でのコンテナを仕立て、秋田港を活用した輸送ルート構築に取り組みながら物流面でも地域と一緒になりながら、輸出体制を構築

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

2,100万円

+2,459万
(217%)

GFP参画後(2021年)

4,559万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

地域一丸での輸出に向けた生産・販売体制の構築

課題1

農業者単体では輸出体制構築、ロット確保に向けたノウハウ・資金が不足

GFPグローバル 产地づくり

生産者による認証取得等のサポート体制構築

SDGsの潮流に合わせたコメの高付加価値化、村内生産者が認証取得を含めた生産体制構築に取り組む為の情報提供を実施

課題2

海外消費者のニーズに合った輸出向けの商品を開発する必要あり

GFPセミナー・ ワークショップ参加

健康志向の消費者向け商品を開発・販売

セミナー・交流会における情報交換の場で、海外消費者のトレンド・ニーズを把握。また商談会参加により、現地事業者からの情報も収集

課題3

大ロットの輸出に繋がる商談機会を創る必要有り

GFP補助金を活用し商談会への出展

大手輸出事業者を中心とした商流構築

GFPの補助金を活用し、海外展示会・商談会に積極的に参加。現地パートナー・新規販路を獲得し、約400万円の輸出増加に貢献



取得した認証



GFP超会議の様子



香港FOODEXPOの様子



協議会メンバーの皆様

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

協議会設立から5年が経過し、村内で輸出に取り組む会員も着実に輸出額を増加させてきております。今後は、海外からのニーズが特に大きいオーガニック米等の高付加価値商品の生産拡大と、関連する認証取得に力を入れて取り組む上で、GFP補助事業・マッチングイベントやセミナー等を活用していくたいと考えております。



GFP優良事例

岩手中央農業協同組合(岩手県)

業種：農業協同組合 取扱金額：91億円

2022年 選定

輸出品目	輸出先国
主にリンゴ (その他)	タイ 台湾
・リンゴジュース X	ベトナム
・サツマイモ	香港
・切り餅等	米国・カナダ

JA主導のマーケットインでの現地売込・商品開発を実施

輸出取組

輸出の背景/経緯

- 国内の贈答品需要減少により販売価格が低下、適正価格での販売及び生産者のモチベーション向上のための打開策として、2009年よりタイへのリンゴ輸出を開始
- 安定供給を実現するため、2014年よりタイ向けアップルパイの原料供給を開始した他、リンゴジュース等の加工品アイテムの拡大にも取り組む
- 2016年からはベトナム・台湾にリンゴ輸出を広げ、規制・検疫面で輸出難易度の高い北米にもフロントランナーとして日本産リンゴを輸出再開
- 2030年までに現在の輸出金額の約3倍である5,000万円を目指す。今後は輸出品目の拡大も目指しており、北米向けに岩手牛のテスト輸出を予定
- リンゴの樹のオーナー制も取組予定

輸出取組内容

- 安定的な商品出荷体制構築を目指しており、マーケットインでの商品開発(アップルパイ)や独自品種(冬恋)による差別化に取り組む
- 県内他地域JAやGFP輸出産地と連携しながら、他品目とのセット販売・棚提案を通じた安定供給で長期間の売り場確保を実現
- タイの小売バイヤーを生産現場に招聘し、信頼関係を構築。岩手中央農協が主導となり価格決定や商談等をすることで、現地ニーズ把握・交渉ノウハウを蓄積
- リンゴ部会を主体に管内全園地を対象とした地域統一防除体系を実施しており、共選共販で認証出荷を行う等、輸出向け園地登録検査に対応した生産・選果体制を構築
- 岩手県在住の海外留学生による産業体験や、輸出先国の岩手県人会・友好都市協会を起点としたSNSプロモーションを積極的に展開

輸出モデル



リンゴ生産部会が主体となり、特に国別に異なる農薬使用基準をクリアする体制が取られている。地域統一防除体系が確立し、全国唯一特別栽培りんご認証をJA単位に取得。台湾向けの防除体系も対応済み

農水省事業を活用し、輸出予冷施設(スマートフレッシュ処理・貯蔵室)を設置し、鮮度保持処理能力が向上。輸出数量の増加対応や国別の保管、産地での検疫検査が可能となり、北米への新規輸出を実現

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

1,621万円

+550万
(133%)

GFP参画後(2021年)

2,171万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

補助事業収集やセミナー登壇を通じて輸出産地間連携

課題 1

地域ブランド価値を上げ、県全体で海外プロモーションしていく協力体制が欲しい

GFP訪問診断／ 補助事業活用

農水省補助事業を 活用して輸出体制整備

農政局から輸出施設整備の補助事業の案内を受けたことをきっかけに、北米や東南アジア向けの輸出予冷施設を整備。JETROからの輸出アドバイスも活かして輸出取組を加速



補助事業紹介を受けて整備したスマートフレッシュ処理施設

課題 2

海外バイヤーからの他果物のオーダー対応・輸出産地と連携し効率的に輸出を進めたい

GFP輸出産地セミナー &マッチングでの登壇

輸出産地連携による セット販売・共同営業

輸出産地形成に向けた議論をきっかけに、大規模輸出産地とのネットワークを構築。共通の悩みを相談や日本産果物のセット販売・共同売込についても相談



GFP輸出産地セミナー & マッチングでの登壇の様子

課題 3

さらなる輸出拡大に向けて、マーケットインの取組強化・バイヤーとの信頼を強めたい

GFPグローバル産地 づくり推進事業

マーケットインによる 安定輸出・高単価販売

他産地との競合がなく、高い購買力を有する北米向けに植物検疫条件への対応や、現地卸業者・小売店等の新たなビジネスパートナーの開拓に向けた商談等を推進



盛岡市の友好都市であるカナダ・ヴィクトリアに輸出

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



GFP訪問診断や輸出産地セミナーを活用して、輸出産地間とのネットワークづくり・海外での共同営業に向けた情報交換を進めてきました！日本産果物を安定的に輸出・ブランド維持するためには、現地との関係構築・品質の担保が大切です。今後も、日本産リンゴ輸出のフロントランナーとして北米や未開拓地域の輸出強化に取り組みます！



GFP優良事例

センコン物流株式会社 (宮城県)

業種：物流(商社) 売上規模：161億9,300万円

現地パートナーと協働して現地ニーズに応じた輸出を実現

輸出品目

加工食品
全般

輸出先国

ロシア
中国
ベトナム
マカオ

輸出の背景/経緯

- 2000年前後から輸出事業、とりわけ輸出に関する通関業者、および日本→ロシアへの輸出事業を積極的に展開。現在も主要な輸出国であるロシアは、現地パートナーが営む常設店や日本食レストラン等で消費者ニーズを直接収集し、輸出品目を選定・輸送
- 2011年以降、宮城県や農水省の補助事業としてベトナム・マカオへも輸出事業を拡大
- 特にマカオは「仙台牛を世界に広げる」ために現地で展示会を開催したところ、そこから食品輸出のネットワークを拡大
- 近年は中国へのネットワークも拡大しながら、食品活用レシピやその他ノベルティ等、付加価値を付けた物流を実現

輸出取組

輸出取組内容

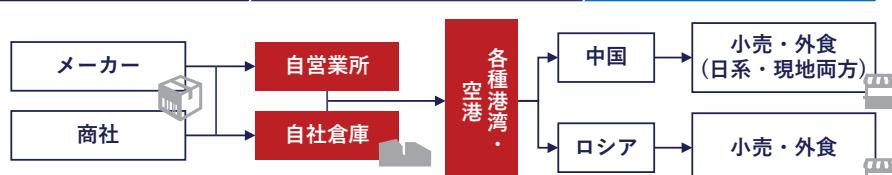
- ロシアで常設店販売を実施。販売地まで陸・海・空の複合一貫輸送システムを展開、現地での販売網手配によって輸出先での販売を支援
- 2016年、営業基盤をモスクワに移し、現地の卸売業と共に日本商品の取りまとめ、販売・納品と一連の物流から販売体制を構築
 - 現地パートナーが運営している常設店を中心に日本食専売直営店、レストラン、ECサイト等幅広く取引先に輸出
- 中国市場に向けては、独自の商流ルートを通じてメーカーと販売し、トレーリアビリティを実現。日本から中国へ直接営業を行い、ネットワークを拡大
- マカオへ2011年に初の和牛輸出に成功後、原発事故で中断したが、2018年に「和食仙台」を開店し和牛及び食材輸出を再開(マカオで初の「日本食材センター店」認定)

輸出モデル

生産/加工

流通

販売



入念なリサーチによって輸出先国のニーズを把握し、輸出食品のメニュー案を提案したり、把握したニーズ以外の日本食品も提案できるようになら上でメーカー・商社から商品を納入

自社倉庫・車両・営業所など、物流の全てのプロセスを一貫して自社で完結できる物流ネットワークを構築している。拠点は宮城県・東北地方を中心だが、東京・新潟にも拠点を展開

食品の輸出時、レシピ（中国:タラの味噌焼き・ロシア:焼きそば）と共にレストランに提案し、レストランはレシピ増、センコン物流は輸出量拡大のwin-winな状況を創出。コロナ以前は品評会も実施

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

3,240万円

+7,516万
(332%)

GFP参画後(2021年)

1億756万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

GFPメンバーとの交流・商談会を活用し、輸出拡大

課題 1

強みである
輸出先の多さを活かして
事業を拡大したい

**ビジネスパートナー
マッチングへの参加**

自社輸出先国への展開 を望む事業者と商談

オンラインマッチングfrom
Sendaiにバイヤーとして参
加。2社と成約し、ベトナム
向け輸出を実施

課題 2

輸出先国の日本産ニーズに
応えるため協働してくれる
事業者と繋がりたい

GFP会員サイトの活用

GFPメンバーと 情報交換・商品購入

中国・ロシア等で得た現地
ニーズを踏まえて輸出する商
品の検索にGFP会員サイトを
活用。GFPメンバーにコンタ
クトを取り輸出可否を検討



オンラインマッチングの様子



会員サイトのメインページ

課題 3

コロナ禍における
地域産品の輸出可能性
について検討したい

**オンラインセミナー
での登壇**

地域産品輸出の 可能性について討論

オンラインセミナーにおいて、
商社・物流業者の観点から地
域産品の輸出の難しさ・課題
感等を共有し、その改善の方
向性について討論を実施



オンラインセミナー登壇の様子



ケルハチョク クリスティーナ 様

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

GFPを通じて、生産者と直接コンタクトする機会を得ることができたことは大変良かったと思う。センコン物流は物流はもちろん、輸出先国のターゲット分析などのノウハウを有している他、ノベルティと共に輸出するなどの付加価値を通じて輸出拡大の実績を伸ばしている。今後も生産者様・メーカー様と協業して輸出拡大に邁進していきたい。



GFP優良事例

株式会社PPIH (東京都)

業種：現地小売 売上規模：1.68兆円

輸出品目

- 加工食品
- 青果物
- 水産物
- 畜産物 等

輸出先国

- アジア
(シンガポール・
タイ・香港・
台湾・マカオ・マ
レーシア)
- 米国(カリフォル
ニア・ハワイ)

GFPを活用し国内食品事業者との輸出取引を拡大

輸出取組

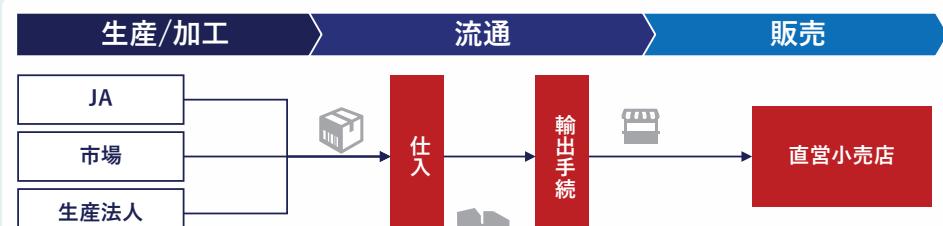
輸出の背景/経緯

- 国内総合ディスカウントストア「ドン・キホーテ」の運営実績をもとにリテール業を中心に展開
- 海外事業は、2006年2月Don Quijote (USA) Co., Ltd.の連結子会社化を皮切りに、2013年9月に「Marukai(日系スーパー)」の株式を取得
- アジア地域への出店も強化し、2017年12月から30店舗に拡大
※2022/4/28時点
- 2020年に、農畜水産物の輸出拡大を促進するための会員制組織「Pan Pacific International Club(PPIC)」を立上げ
- 生鮮品に加えて、加工食品や非食品を拡大しながら、2030年に海外売上高1兆円を目指す

輸出取組内容

- シンガポール・香港・米国等に約95店舗を構え、積極的に日本産品の取扱い・店舗を拡大
※2022/4/28時点
- “美味”、“健康”、“環境”に配慮した日本産品の価値を店舗で訴求し、日本食を海外で普及することに貢献
- 東南アジアにおける「DON DON DONKI」では、生鮮4品(青果・鮮魚・精肉・惣菜)を含む食品売上が8割以上を占め、そのほとんどが日本製である
- 店舗の“演出”や“POP”にこだわり、買い物するワクワク・ドキドキと海外でも日本の商品の魅力を最大限伝えるように、多言語対応と動画による販促も実施
- 日本の惣菜・弁当を販売するデリカやレストラン併設のイートインコーナーも展開
→ 寿司店(鮮選寿司)や精米店(富田精米)などの飲食事業も人気

輸出モデル



『ジャパンブランドスペシャリティストア』のコンセプトの元、MADE IN JAPAN、PRODUCED BY JAPANなどの商品を取り揃える。青果は海外でも日本の“旬”が買える点が他社との差別化ポイント

直接貿易によって、鮮度維持と圧倒的価格優位性、さらには日本のトレンドの早期店頭展開を実現。また、PPICの発足で生産者との直接連携体制を構築し、マーケットインの具現化を実現

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

66億円

+79億
(220%)

GFP参画後(2021年)

145億円

GFPを活用した輸出成功ポイント

日本各地の生産者・メーカーとのマッチングに活用

課題 1

日本の食を安定的に海外へ展開するための仕入先事業者を増やしたい

GFPオンライン商談会

課題 2

海外で需要がある付加価値の高い日本産食品の仕入先を強化したい

ネットGFP超会議

課題 3

海外で人気のかんしょを輸送ロスなく品質も安定的に仕入れたい

グローバル产地連携部会(かんしょ)

GFP登録者の特色ある食品とマッチング

ハラル認証取得商品を取り扱うGFP登録事業者を対象としたマッチングを実施。日本各地から参加した特色ある商品の取扱いを開始する



オンラインマッチングの様子

セミナー講演による認知で仕入先の強化

海外店舗の状況や需要の高い商品の特徴をGFP登録者に公表し、GAP認証のある農産物や産地色のある加工品など付加価値の高い食品の仕入強化



セミナー講演の様子

海外で人気のかんしょ生産者と連携を強化

グローバル产地づくり推進事業採択者との部会に参加し、現地販売者の視点から生産者の課題に対してアドバイスを実施。生産者との連携を強化



かんしょ部会での講演の様子

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

PPIHグループの海外店戦略は、JAPAN BRAND SPECIALITY STOREで、『MADE IN JAPAN』『MADE BY JAPAN』『PRODUCED BY JAPAN』にこだわった商品で店づくりをしています。日本の素晴らしい食品のおかげで世界へ進出ができています。GFP事業者様の協力なくして海外での多店舗展開は成し得ません。日本の食の安心安全と美味しさをともに世界へ！



渡辺 和博 様



GFP優良事例

umamill株式会社（東京都）

業種：ECサイト 出店品目数：約5,000件

輸出品目	輸出先国
日本食加工品	シンガポール
	香港
	オーストラリア
	カンボジア

出展者とのマッチング機会としてGFPを活用

輸出取組

輸出の背景/経緯

- 輸出未経験の企業でも誰もが輸出に挑戦できる環境を作りをミッションに設定
- 既存の商社ビジネスが難しいが、メーカーが売れないと思った商品でも、現地事業者からすれば欲しいものもあるという課題意識のもと、メーカーの輸出可能な商品を掲載
- 現地事業者の購入情報・ニーズを生産者と繋げるビジネスを展開
- 輸出対象国のEC事業者・小売店等に向け、商品サンプルの送付・販売を行うBtoB事業を展開
- 現在、全国の生産者・加工品メーカーのみならず、小売店舗・地方銀行・行政など、輸出に取組む関係者と業務提携を結びながら事業拡大中

輸出取組内容

- 輸出未経験事業者の魅力ある商品を世界に可能な限り展開することを目標に取組む
 - たとえメーカーが現在売れないと思っている商品でも、現地事業者からすれば欲しいものもあり、それは既存の商社ビジネスでは実現が難しいものであると考えている
 - 輸出可能な商品を掲載し、現地事業者の購入情報・ニーズを生産者に伝えるビジネスを志している
- 第一步として、GFPと並列で生産者の登録者数を増やすことに注力
 - 現在はe-commerce事業を中心に、海外の販売事業に注力
- 現在、新たな輸出成約保証型のプロモーション事業を展開中

輸出モデル



日本食の海外展開をサポートする越境ECプラットフォームとして、日本食加工品を数多く仕入。umamillのECサイトは、live commerce運営事業者が運営を実施

登録された商品の物流は各国の物流事業者に依頼をしており、主な配送国は4か国（シンガポール・香港・カンボジア・オーストラリア）となっている

世界のバイヤーに食品サンプルの提供などは行っているが、現地の販売チャネルに直接は商品を届けるわけではない。ただしプロモーション事業の支援等を展開している

GFPを通じた取組成果

掲載数推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

80件

+4,920件
(6250%)

GFP参画後(2021年)

約5,000件

GFPを活用した輸出成功ポイント

GFPでの継続的な情報発信を通じて出展者を獲得

課題1

スタートアップ企業として、輸出関連事業者からの信用の獲得が必要

GFP海外マーケットセミナーでの登壇

GFPイベントに登壇し知名度・信用を獲得

スタートアップ企業として知名度と信頼獲得が課題だったが、輸出に関する包括的且つ農水省公認イベントでの継続登壇で知名度・信頼を獲得

課題2

GFPのネットワークを活用して顧客を拡大したい

GFP紹介メールの活用

メールを見て商品登録をした事業者を獲得

ゼンヤクノー様はGFPメールでのumamillの紹介を通じて、商品をumamillに登録。登録から一年の現在、香港やシンガポールでの輸出に成功

課題3

新事業をGFP登録事業者と共に推進したい

マッチングイベントでの商談成約を推進

GFP登録事業者へコンサルティングを実施

イベントでの公演が参加事業者から非常に好評を博し、信頼を獲得。その結果、現在3社に対して輸出に関するコンサルティングを提供



登壇時の写真



umamillへの商品登録



輸出相談の様子

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



伊藤様・松原様・佐藤様

GFPイベントを通じて事業を拡大することに成功してきた。輸出成約保証型のプロモーション事業を新たに展開しており、今後ともGFPメンバーと共に日本の食品の輸出を盛り上げていきたい。具体的には、GFP登録者に対するdiscountの展開も検討している。



GFP優良事例

株式会社久世 (東京都)

業種：商社・卸売業 売上規模：643億円

現地系飲食店を中心にこだわりの食材等を輸出

輸出の背景/経緯

- 外食産業や中食産業向けの食材卸を中心に、グループで食材の製造・販売も手掛ける
- 取扱品目は約48,000アイテムに上り、冷凍・常温品はもちろん生鮮品から消耗品等のノンフードまで幅広く取扱う
- 2013年にISO22000認証を取得後、2019年にMSC/ASC CoC認証を取得
- 海外の販路開拓を目指し、2012年から子会社製造の洋風出汁・スープをシンガポール・香港へ輸出開始
- 2017年からその他商材も販売を開始。日系食品卸として初めて中国進出を実現する等、輸出に知見と実績を多数有する

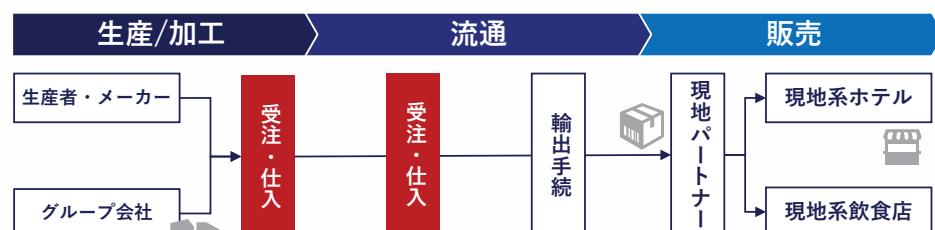
輸出品目	輸出先国
冷凍水産品 加工食品	シンガポール マレーシア 香港 等

輸出取組

輸出取組内容

- “日本の良質な商品、技術を世界へ”をミッションに、各国に有するパートナー企業とともに現地で販売活動を実施
- 特に、現地系のホテル・外食企業に強い販路を持ち、シンガポール・香港等へ冷凍洋風出汁・スープ、冷凍プロトン凍結牡蠣・冷凍蟹加工品、冷凍CAS凍結刺身商材等を輸出
 - プライベートブランドを立ち上げ、今後は中東・東南アジアへも輸出拡大予定。現地と生産者を繋ぐイベント等でのフィードバックを商品開発に応用
- ISO22000の認証を取得し、商品の品質だけでなく、営業・物流・受発注等のサポート部門を含め、全ての業務の品質の向上を推進
- これまでの現地系飲食店との関係性を活かし、コロナ下で対面営業できない日本の生産者に向けて海外市場調査サービスも提供

輸出モデル



厨房での手間や品質維持等のフードサービスに係る方々の問題解決をする“ソリューションプロダクト”を生産者と共に開発。品質と価格にこだわったプライベートブランド商品を展開

冷凍庫内の一定した温度管理や消費期限の管理等に係るオペレーションの整理や現地の状況の確認・指導を行うことで、高品質のまま輸送するコールドチェーン物流の体制を構築

現地消費シーンに合わせた販売促進活動(海外展示会・販売店勉強会等)・販促物の作成等を通してバイヤーから受け入れられ、取引先が拡大。好評からプライベートブランド商品はリピート受注に繋がる

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

3,000万円

+1億1,000万
(467%)

GFP参画後(2021年)

1億4,000万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

生産者・現地消費者・政府支援策等の情報収集に活用

課題1

新規開拓を目指す品目を取り扱う生産者の情報取得および直接連携がしたい

GFPコミュニティーサイト

輸出を“共創”する生産者とマッチング

GFPコミュニティーサイトに登録されている事業者情報を参考に、生産者へ直接コメントする等、輸出品目の拡充に向けて役立てている



生産者・販売店を交えた交流

課題2

生産者が抱える輸出課題や現地消費者の声を把握したい

オンラインイベント

生産者や消費者のリアルな声を施策反映

生産者や現地消費者の声を参考に自社の事業ミッションへ反映。“つなぐ”をテーマに食文化・気持ちを繋ぐPRイベント等を行い輸出拡大を図る



現地と生産者つなぐイベント

課題3

政府・団体による輸出支援策等の情報取得に係る労力を軽減したい

GFP Facebook/GFPメールマガジン

輸出に関する支援策等の最新情報収集に活用

GFP公式Facebook等をフォローし、規制や政府支援策等の最新情報をリアルタイムで収集。コロナ期には緊急支援事業に応募・活用している



補助事業に関するFacebook記事

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

GFPは主に輸出拡大へ向けた情報収集に利用しています。“畠からテーブルまで繋ぐ”ことを事業ミッションとして掲げ、生産者から現地消費者まで丁寧に繋げながら、マーケットインの発想による輸出拡大に貢献します。頼れる食のパートナーとして、日本の良質な商品・技術を有した商品を世界のフードサービスに係る方々に届け、問題・課題解決に貢献します！





GFP優良事例

アグベル株式会社（山梨県）

業種：生産者 生産規模：1億9,000万円

2022年 選定

輸出品目	輸出先国
ぶどう (シャイン マスカット等)	台湾 香港 タイ シンガポール

耕作放棄地活用による規模拡大・民間選果場の構築に成功

輸出取組

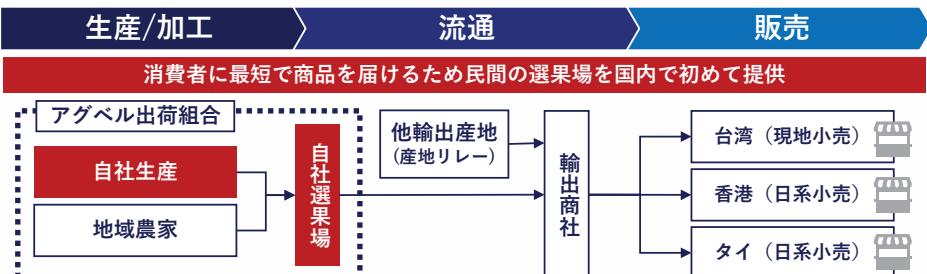
輸出の背景/経緯

- 2017年に家業のぶどう農家を継承、日本の果樹生産にイノベーションを起こすため2020年にアグベル株式会社を創業
- 創業後、耕作放棄地が増加する現状に課題を感じ、農地再生に向けた取組を加速
- 2019年、販路拡大を目指して付加価値の認められやすい台湾・タイ・香港・シンガポール等への輸出を開始
- 輸出量増加に対応するため、近隣農家を巻き込み生産量を確保・選果場運営、アグリテックを使用した独自の栽培方法の研究等に取り組む
- 今後は、若年層を中心とした雇用確保に繋げながら、山梨県内ぶどうの生産量拡大・業界の若返りを目指す

輸出取組内容

- 近隣生産者を巻き込んだ国内初の自社選果場を運営、間引き・梱包作業等の請負により生産者の負担を軽減して収益性の改善を図る
- 耕作放棄地の再生や農地の引受けにより、栽培面積を急速に拡大、近隣農家とのネットワーク構築も行い、自社生産の大規模化に取組む
- 難易度の高いぶどうの新規就農者を増やすべく、独立までの収入の保証や生産技術の伝授、近隣農家との関係性構築を中心とした支援の提供
- 台湾での単独ぶどうプロモーションを実施。海外メディアの注目度が上がり海外でのブランディング成功により輸出量が増加
- 摘粒作業について、スマートフォンをかざすことにより自動判別を行うシステムを導入し作業の負担軽減・効率化を目指す。更に、輸出産地間連携を図り、生産・栽培技術を共有することで、日本ぶどうの品質向上に貢献

輸出モデル



近隣農家を巻き込み“アグベル出荷組合”を形成し、生産者の負担を軽減することで、生産者・小売店・消費者の三方のWin-Win-Win関係構築

輸出拡大に向けて山梨県・長野県のぶどうの収穫時期のズレを生かして産地出荷リレーを実施。結果、持続的で安定的な輸出体制を構築

日系チャネルだけでなく、高級青果物専門店・現地系ハイエンド小売等に向けのプロモーションを強化。今後は加工品販売で客層獲得を目指す

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2019年)

1,000万円

+7,000万
(800%)

GFP参画後(2021年)

8,000万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

若手への輸出意欲の喚起・輸出産地同士の情報連携

課題 1

山梨県のぶどう生産量を拡大し、雇用創出にも繋げるため自社の認知度を向上させたい

輸出産地セミナー/ GFP超会議登壇

課題 2

海外の客層獲得や現地小売の販路拡大により、輸出量・販売チャネルを拡大したい

GFPマッチング

課題 3

ぶどうの新規就農者・若手を拡大するための支援をしたい

GFPインターンシップ

若手への輸出意欲喚起・仲間づくりの促進

輸出産地セミナーに講師として登壇した結果、輸出商社や農林水産省との交流によりネットワークが拡大。自社の認知度が向上するきっかけに



GFP超会議にて自社取組紹介

マッチングを活用した自社ブランディング

輸出商社・現地バイヤーと連携し、マーケットインの視点でオリジナルパッケージを作成、“生産者の見える化”によるブランディングを実施



海外でのPR・自社パッケージ

今後GFP事務局と連携して学生受入を加速

新規就農支援を通じた業界の若返りの重要性と輸出取組について喚起、学生を中心としたアルバイトを約60名雇用しておりインターン募集も予定



若手を中心とした輸出産地形成

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



丸山 桂佑 様

ぶどう生産量を増やし、山梨県内のいちご・もも等の品目と連携することで、地域単位での輸出産地形成を進めていきたいです！また、新規就農者を増やし若手を業界に呼び込むことで“農業の底上げ”を実現したいと考えています。そのため、全国の跡継ぎ農家(2~3代目世代)を集めて意見交換やネットワーキングをしたいと思っています。今後もGFPのイベントを積極的に活用し、輸出拡大に取り組んでいきたいと考えています。



GFP優良事例 株式会社岩清（静岡県）

業種：加工製造業 生産規模：2億円

輸出品目
鯖ラーメン
(乾麺・スープ) X EU
米国
UAE 等

GFP訪問診断・マッチングを通じて海外への販路を獲得

輸出の背景/経緯

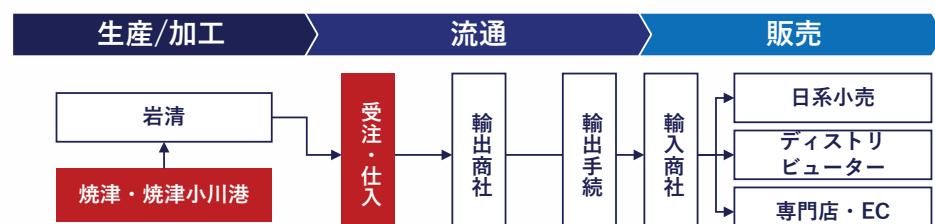
- 江戸時代から鯖加工品を販売する歴史を有する中、消費者の魚離れの影響による売上減少を受け、海外市場への販路開拓に向けた社内の気運が高まりつつあった
- 2016年より中東への輸出を目指し、輸出向け商品の開発に着手
→取組初期は、元来魚食文化が根付いていたドバイ向けの輸出を企図
- 2020年より本格的な商流構築を目指し、GFPオンライン訪問診断を含む、農水省主催のマッチングイベント等に参加しながら海外バイヤーへの接触機会を増やす
→現地ドバイの展示会にも参加し、現地好みの味であると好評を獲得

輸出取組

輸出取組内容

- 商品はサバラーメンを主に輸出。特に、醤油味・みそ味の乾麺・冷凍麺・希釈タイプのラーメンスープについて、B to B・B to Cの双方に対応可能な商品を製造。乾麺加工導入によるEC販売等も視野に入れながら、自社マーティングの一環としても輸出を実施
- アジア・米国西海岸におけるテスト輸出と、ドバイにおける展示会出品を通じて、商談・取引機会を獲得
- EU・米国向けには、パッケージ素材・デザインを、現地仕様に適したものに変更
- 中東への輸出に向け、ハラル対応の原材料・調味料を選定
- 将来的にはEU HACCPやFDA基準のHACCP取得を検討しており、HACCP対応を目的とした加工室・冷凍冷蔵庫の改修を実施

輸出モデル



焼津小川港に揚げる新鮮な鯖・鰯を仕入担当が直接目利き・買付、自社保有の冷凍・保管庫に鮮度を保った状態で魚を輸送。自社独自技術で魚からエキスを抽出し、ラーメンの原料に使用

直接取引関係を構築した現地バイヤーからの注文を受け、輸出・輸入商社に手続を委託。輸出向け商品は、破損リスクに対処可能なパッケージに変更した上で輸出することで、品質を担保

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2019年)

0円

+50万

GFP参画後(2021年)

50万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

商品改良の知恵・商談機会の獲得に積極活用

課題 1

輸出に向けた商品へのフィードバックや補助金の案内を受けたい

GFP訪問診断

輸出向け商品改良・関連する補助金の相談

農政局より米国・EU向けの規制対応の方策や規制変更の動向の紹介を受けた。案内された補助金により新商品を開発し、中東向け商談に繋げた



GFPオンライン訪問診断の様子

課題 2

海外市場開拓・輸出拡大に向けて、販売先のバイヤーを見つけて

GFPビジネスパートナーマッチング

オンラインを活用して効率的にマッチング

EUバイヤーとの商談機会を獲得し、輸出取組を本格始動した2020年から鯖ラーメンの輸出に成功。輸出を機に現地からのWEBアクセス増加



輸出向けに開発した新商品

課題 3

客観的視点や専門家のアドバイスを輸出戦略に取り入れたい

GFP輸出塾

輸出戦略構築のノウハウを習得

輸出塾を通じたターゲット層の明確化・商品ストーリー訴求に関するアドバイスを受け、更なる輸出拡大に向けた販売戦略づくりを実施



輸出塾にて作成したグループワーク資料

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

事業承継に伴って社内で輸出気運を高め、自身のネットワーク・様々なサポート事業を活用しながら、輸出向け商品開発・取引先の獲得に取り組み、自社単独では出来なかった商品ローカライズ・施設整備・販路開拓を実現しました。今後も、GFPで共有される情報を参考にし、マッチング事業等も活用しながら、更なる販路開拓に取り組みます。





GFP優良事例 有限会社糀(福井県)

業種：加工製造業 生産規模：5,000万円

巣ごもり需要に適した商品でコロナ禍でも輸出拡大

輸出取組

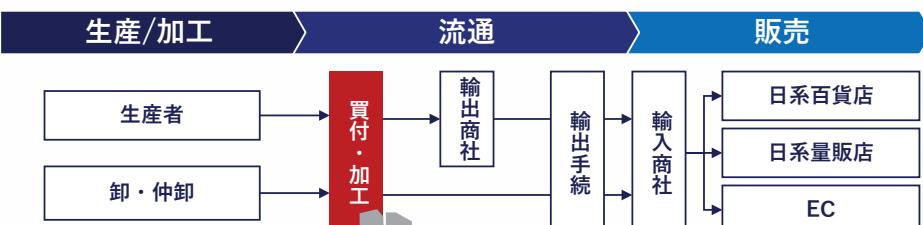
輸出の背景/経緯

- 2015年に、凍結機を導入して「冷凍寿司」の製造・販売を開始
- 国内向け商談会（食品設備関係）において、凍結機のサンプル商品として冷凍寿司を展示
- 輸出に適してるとの意見をもらい、本格的に輸出を志向
- 2016年から2020年まで、国内・海外商談会等に年4～5回は参加
- 海外商談会だけでなく、国内商談会も有効的に活用して海外現地の福井県フェア・物産展向けに輸出
- 昨年3月に、間接輸出の販路の他に、直接輸出も経験

輸出取組内容

- “福井のおいしいものをそのまま食べて欲しい”をモットーとし、湯煎・レンジ等の解凍調理のみで食べられる「穴子の棒寿司」「浜焼き鰯の押し寿司」「甘海老天丼」「甘海老かき揚げ丼」等の冷凍寿司・冷凍丼を、主に商社を通じて輸出
- 2017年から、香港・台湾・シンガポールの日系量販店等で開催される催事販売や香港の居酒屋向けをメインに輸出
- コロナ禍の巣ごもり需要により引き合いが高まり、EC販売向けの輸出がスタートし、輸出量が増加。新たにオーストラリア向け輸出も開始
- 引き合いがある北米向け輸出への体制整備のため、まずはISO22000の取得に向けて取組中
- 今後は、海外現地の輸入規制・嗜好性に合わせて、原材料の変更や新商品開発に取り組む

輸出モデル



酢飯は全て福井県産米と福井県産のすし酢を使用して、地元産の美味しさを世界にアピール。現地ニーズを踏まえて、現状は輸入原料を使用しているアナゴやサバについても、国産品へシフト予定

冷凍品のため、現地での輸送に特に注意を払っており、初めての輸出前は現地に赴き直接説明。昨年の3月に直接輸出を経験したこと、輸出手続きも自社で対応可能な体制を構築

当初インバウンド消費を意識した国内販売用パッケージであったが、英文表記の豊富や商品中身がわかりやすいデザインが好評で、輸出用にも継続して使用。SNSを通じた販売でも味が好評で人気上昇中

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

50万円

+300万
(700%)

GFP参画後(2021年)

350万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

情報取得チャネルの増加が輸出拡大の足掛かりに

課題1

販路開拓・拡大に向けて商談会・展示会で商品をアピールしたい

GFPメールマガジン

国内・海外商談会を通じて販路開拓

GFP等のメルマガを通じて、商談会・展示会情報を把握。国内外の商談会やイベントに年4回以上参加することで、少しづつ販路を開拓



商談会資料

課題2

輸入規制への対応や国際的認証取得に向けて相談したい

GFPコミュニティー

地元の農政局職員との関係構築

GFPへの参画をきっかけに、関係機関（農政局・ジェトロ等）との交流が増え、輸出に関する支援制度・輸入規制などが気軽に相談可能



北陸農政局によるGFP紹介資料

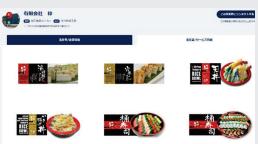
課題3

全国の輸出に取り組む事業者の状況や輸出事例を把握したい

GFPコミュニティサイト

GFP登録による関連情報の取得

GFPコミュニティサイトを活用して、全国のGFP登録事業者の商品や取組内容の確認が可能。自社の今後の輸出展開の検討材料としても活用



GFPコミュニティサイト

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

GFP参画後、輸出に関する情報が以前にも増して届くようになり、輸出意欲がより高まり、国内外の商談会・展示会に積極的に参加してきました。販路開拓・拡大に向けて地道に取り組んできたことで、海外消費者に福井の美味しいお米やすし酢を使った“寿司”を手軽に食べてもらう機会を増やすことが出来ました。今後は、北米への輸出に向けて、認証取得を進めて参ります。



新谷健治様



GFP優良事例

株式会社小浜酒造（福井県）

業種：酒類製造業 生産規模：6,000万円

酒蔵の歴史や製造ストーリーをPRし、輸出拡大

輸出の背景/経緯

- “地酒の灯を消さない”を合言葉に、地元で唯一の酒蔵を引き継ぎ2016年に設立
- 地域に根差した地酒造りに拘り、福井県産の酒米・麹、地元の水を使用。機械に頼らず全ての工程を手作りで丁寧に行なうことを特徴として、地酒としての付加価値や差別化を図る
- 新しく設立した会社のため、海外での評価を上げ、ブランディングを図ることで国内ブランド価値を上げることを目的に、2019年より台湾等への輸出を開始
- これまで現地商談会への参加を通じて、現地の正確なフィードバックや取引先との関係構築を図りながら輸出拡大に向けた戦略を模索

輸出品目 輸出先国

日本酒

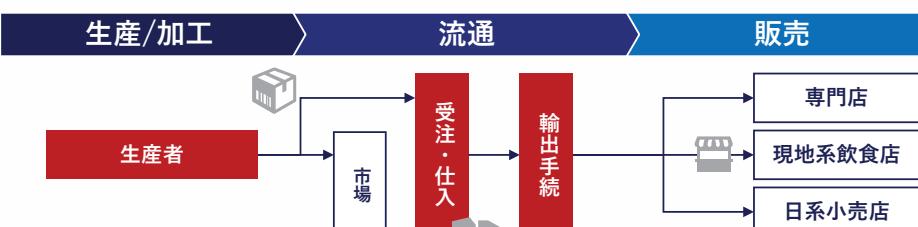
香港
× 台湾
シンガポール

輸出取組

輸出取組内容

- 台湾向けに直接輸出を行っており、台北の新光三越信義店のテナントに入っている北陸地酒の専門店“酒神樂（SAKAGURA）”で販売。また、香港・シンガポールへの輸出も行い、シンガポールのバイヤーから“Good for health”と評判をいただく
- 福井県にある多数の地酒の付加価値や差別化を図るために、積極的なプロモーションを実施。今後はアッパーミドル層をターゲットとし、高級小売店での販売を拡大していく見込
- 酒蔵の歴史や製造背景等のストーリーを重要視し、SNS等を介してPRすることで、小ロット輸出ながら海外バイヤーや海外消費者における根強いファンやリピーター獲得に繋がる
- コロナ下においてもオンライン展示会・商談会へ積極的に参加し、台湾の輸出拡大も強化しながら、米国とアジア諸国への輸出拡大を狙う

輸出モデル



小規模の仕込み・手作業を基本とした丁寧な造りを行う。また、地域の生産者と一緒に酒米を生産。中間業者を挟まないため、中間マージンが発生せず通常より安く仕入れできることが強み

台湾向けに代理店契約で直接輸出。輸出時は現地語に対応した配送注意事項シールを商品情報ラベルに貼付することで、保管や運送時における下積等を防ぎ、丁寧に取扱い、丁寧に取扱いをうながすことが強み

生産ストーリー紙を輸出用商品に同封し始めたところ、現地からの評判も良く、純米大吟醸や生酒は販売開始前から予約をいただき、かつ継続取引に繋がる等と台湾バイヤーから好評をいただく

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

0円

+500万

GFP参画後(2021年)

500万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

現地ニーズを熟知したパートナーとの“出会い”に活用

課題 1

輸出拡大に向けたサポート情報や現地情報を知りたい

GFP訪問診断

現地マーケットや消費者ニーズ等を共有

海外市場や消費者ニーズに関する情報の収集方法を共有。サポート情報などを参考に展示会・商談会に参加し、10件程度のマッチングに繋がる



訪問診断の様子

課題 2

輸出希望先国における現地ニーズ・マーケティングに関する助言がほしい

GFPビジネスパートナーマッチング

マーケティングやプロモーション方法を相談

消費者に刺さるストーリー作りや英語併記でのSNSの発信を通じて、国内外にいる海外消費者からの問い合わせが増加。取引拡大に繋がる



海外消費者との交流の様子

課題 3

マーケットインの発想に基づいた商品展開を行いたい



現地ニーズにも詳しい海外スタッフを紹介

現地ニーズに合う商品展開とプロモーションのため、日本酒の生産に詳しい海外スタッフを紹介。商品PR等のアドバイスを行い輸出体制を拡充

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



輸出において何から始めて良いか等の悩みや課題に対し、訪問診断や10年以上前からプロモーションに取組まれているエキスパートと繋がる機会をいただきました。パートナーの専門的な知見を参考に今後はプロモーションを強化や新規販路開拓にチャレンジする等、輸出拡大に繋げていきます。



GFP優良事例

株式会社平松食品（愛知県）

業種：食品製造業 生産規模：11億円

輸出品目	輸出先国
パック佃煮	X
	台湾
	香港
	東南アジア
	米国

力強い輸出事業の情報オプションとしてGFPを活用

輸出取組

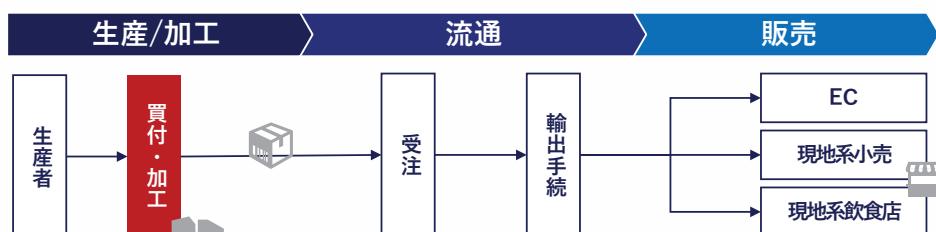
輸出の背景/経緯

- 1998年、国内向け取引を行っていた商社より、高い品質を持つ水産加工食品(佃煮)の海外展開への可能性について提案
- 同年台湾にて試行的に輸出を実施した結果、佃煮を中心とした各商品は現地バイヤーから高い評価を獲得
- その後愛知万博で実施した外国人向けのプロモーションにて、日本のでキャッチャーな甘辛の味付けが高く評価を獲得。輸出拡大の契機となり、台湾・米国・香港・シンガポール・タイの5ヵ国に輸出を拡大
- 2007年から米国展示会参加・催事販売等を通じ、現地の志向に合わせた商品名称・パッケージ・味付けを行い輸出を拡大

輸出取組内容

- 無添加の伝統的佃煮(甘露煮)を、手軽に和の味わいを実現する商品として海外に展開
- 2003年からISOの取得に着手、その後も認証・HACCP取得を積極的に推進し、FSSC22000も現在取得済、更にEU向け水産加工品取扱施設認定も取得
- 現地で食べ方を伝える場が必要と判断、年間2回程小売店の店頭で販促を実施(米国)
- 販促の場で消費者の反応を実際に現地で確認、NO MSG(“グルタミン酸ナトリウム”的不使用)の表示を行う等、訴求ポイントを把握
- 今後さらに、米国西海岸やベトナム等、未開拓の市場開拓に向けた商流構築を志向
- 展示会来訪バイヤーに分かりやすい多言語対応のチラシ・動画にて、認証取得済みをPRし、複数の商談成立を実現

輸出モデル



2000年にHACCP対応の工場を建設後、2005年にISO22000認証を、2017年にはFSSC22000の認証を取得。ベトナム、中国への製造所登録も完了し、輸出に向けた万全の生産体制を整備

輸出商社等と提携して、新規販路開拓を行う機会を積極的に模索。今後はHACCP取得によるEUのオランダ・フランス向けの対応に加え、米国西海岸を重点ターゲットとして志向

台湾向け業務用としてレストランや小売店向けに人気。台湾以外はBtoC商品が中心で、米国は西海岸地域等の日系スーパーで日系人に限らず幅広く流通。ECはJETROジャパンモールやアリババで展開

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

2,000万円

+300万
(115%)

GFP参画後(2021年)

2,300万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

産官の輸出関係者とのパスを拡大・情報収集を強化

課題 1

輸出に関する制度や全国的な状況に関する状況について情報を収集したい

GFP訪問診断

行政・公的機関とのディスカッション

行政や輸出に係る公的機関(JETRO)との意見交換を実施、輸出拡大に向けたパートナー関係を構築・強化し、現在も密接な連携を継続



訪問診断の様子

課題 2

輸出に取り組む他事業者との出会い・仲間づくりの機会がほしい

オンライン交流会

事務局と二人三脚で差別化ポイントを検討

オンラインセミナー・及び終了後に開催された交流会の場において、同じく輸出に取り組む様々な事業者との交流が実現、様々な経験や悩みを共有



交流会の様子

課題 3

他事業者の具体的な輸出事例や支援事業に関する情報源を増やしたい

GFPコミュニティサイト

GFP登録による関連情報の取得

GFPコミュニティサイトへの登録により、当該サイト上で全国のGFP事業者の取組が確認可能に・また、配信される支援事業等の情報を随時取得



GFPコミュニティサイト



平松賢介 様

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

今後も一層、日本企業の海外支社・社員食堂等をターゲットにした米国への展開や、若年人口割合が大きいベトナムへの進出に向けたEPA対応の強化等、新たな市場を見据えた取組を積極的に進めてまいります。GFPとの関りでは、輸出ならではの課題、特に手続き関係の情報・ノウハウについてコミュニティ全体で知見を深化・共有したいです。



GFP優良事例

株式会社市川農場 (滋賀県)

業種：生産者 生産規模：4,200万円

輸出品目 輸出先国

玉葱
ドレッシング X 北米
いちごバター 香港 など
生鮮いちご

GFP訪問診断等を活用し情報収集・輸出販促を実施

輸出取組

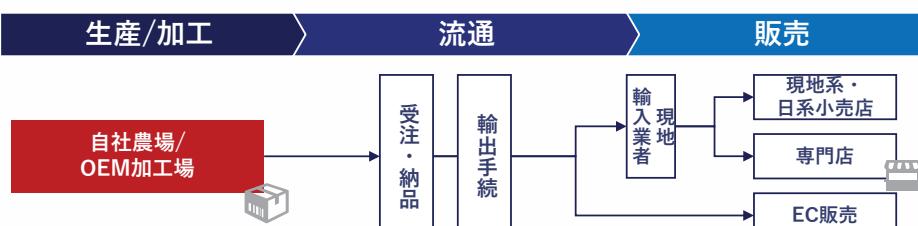
輸出の背景/経緯

- 2011年、いちご「章姫」を15a、玉ねぎ20~50aの栽培を開始
→ 湿度・気温・CO2をモバイル管理するICT技術を導入
- 2013年9月、香港の大手小売向けに「たまねぎスープ」を輸出
- 2014年1月、米国ニューヨーク・シカゴ向けに「玉ねぎドレッシング」を毎月500-1,000本程度輸出
→ 賞味期限は9ヶ月を設定することで、商社からの引き合いも増加
- 2019年12月、商品ラベルのリニューアル化・北米輸出向けに「アミノ酸不使用」シールを貼り付けて出荷した結果、受注量が増加

輸出取組内容

- 調味料や軽食・おやつ・デザート等、幅広い用途に対応可能な加工食品の開発・研究に取り組み、輸出の可能性を拡大
- 将来的に500万円の輸出目標額達成を目指す。輸出により、自社/商品のブランドを向上させ、商社からの引き合い・輸出量を増加
→ ICTを活用しながら、甘みが強くやわらかいブランド苺「章姫」栽培に注力
- コロナ影響下においても、GFP訪問診断にて、農政局より紹介を受けた商社経由で香港にいちご100パックを輸出、台湾向けにいちごバター・マーマレードを輸出予定
→ GFPビジネスパートナーマッチングにて商談したGFP商社にサンプル送付・成約見込
- 現在、いちご選果施設の新設やASIAGAPの取得に取り組みながら、輸出販路を拡大中

輸出モデル



自動管理を行い、高い品質で生産されているをデータで伝えることで、顧客への訴求力も高く、本年度は例年の1.7倍程度販売。国内だけでなく、輸出の際でのPRポイントにも繋がっている

収穫後、国内即日便を活用して近隣空港まで配達することで鮮度の高い状態で輸出できる体制を確立。北米輸出の際に「NO-MSG」シールを貼り付け、アミノ酸不使用をPRすることで受注量が増加

英文の生産ストーリー紙を同封することで現地受けも良く、口コミを通じて取引先が増大。現地にて新たなブランドとして、確立されており、継続的な取引文体制を確立しながら、輸出販路拡大に取り組む

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

70万円

+52万
(174%)

GFP参画後(2021年)

122万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

現地販売に熟知したパートナーとの"出会い"に活用

課題 1

継続的な販売に至らないテスト販売のみの「海外一発病」を懸念している

GFPオンラインセミナー

現地販売のノウハウを習得

現地販売に関する知見収集に活用。輸出開始時に米国で毎月マネキン販売を実施した結果、商品ブランドが定着し現在継続的な輸出取引を実現



シカゴでの掲載チラシ

課題 2

コロナ状況下でも、新規販路先国を見つけながら、輸出リスク分散をしたい

GFP訪問診断

GFP訪問診断での商社マッチング

コロナ影響下においても、訪問診断で農政局より紹介を受けた商社とコンタクトを取った結果、いちご100パックを新規での香港輸出に成功



訪問診断の様子

課題 3

対面診断ができない中、シンガポール輸出を目指し商談の機会を得たい

GFPパートナーマッチング/GFP Facebook

SNSを活用してGFP商社とマッチング

GFPのFacebook投稿を確認後、マッチングを希望して連絡。面談後にサンプルを萌す様に送付し、シンガポールでの販売が実現見込



市川農場×萌すミーティング

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



自社商品が神戸港から米国NYに渡ることに夢を感じて輸出取組を開始しました。海外で売ることは、国内での自社/商品のブランディングにも繋がり、多くの方に興味を持ってもらうきっかけにもなります。輸出には様々な障壁がありますが、常に課題を前向きに捉え、楽しく解決していくことに"輸出の面白さ"を感じながら取り組んでおります。



GFP優良事例

福島鰹株式会社（京都府）

業種：食品製造業 生産規模：69億7,000万円

輸出品目

各種削り節
煮干し
昆布
出汁パック

輸出先国

北米
アジア
オセアニア等
23カ国

GFPにて各国ニーズ・認証取得等の情報を効率的に収集

輸出取組

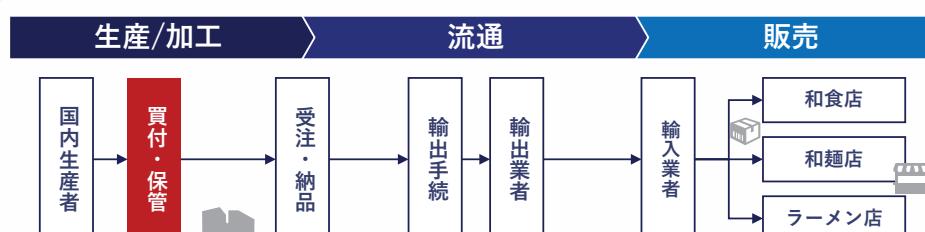
輸出の背景/経緯

- 国内需要が頭打ちになり、海外に出る取引先の外食企業が多いため、同社も2010年から輸出を開始
 - 同年、輸出拡大を目指し米国現地法人「F.K. International, Inc.」を設立
- 2013年、和食が世界遺産になって以降、需要が急増
 - 海外でも簡単に使用できる、業務用出汁パックの輸出が大半
- 2014年9月、京都南丹工場を新設しHACCP管理を取り入れた輸出体制整備も完了
- 2015年3月、ムスリム圏へ輸出するため国内初のハラルライセンス（日本ムスリム協会、日本ハラール協会）を鰹節7品目で取得

輸出取組内容

- 現在、各国の嗜好ニーズに合わせたブレンド削り節を提案し、米国・アジア諸国・オセアニア等、23か国の和食店を中心に輸出
 - 今後はEUやインド、南米への輸出拡大を目指す
 - 米国FDA認証・EUHACCP施設登録等の各國輸出体制整備も完了
- 確実な輸出成果を上げるために、各國の市場調査を実施した上で麺類用のだしに使われる雑節の市場開拓に注力
 - 現地の和麺店や輸出商社からもニーズを得られ、特に現地ラーメン・うどん店向けの輸出が急増
- 独自のブレンドノウハウを生かし、約3000種類に及ぶ削り節商品を提供

輸出モデル



原料は鹿児島県枕崎港や静岡県焼津港から直接仕入。HACCP認証やハラール認証取得等を進め、各國の輸出体制整備を積極的に整備。各國ニーズに合わせたオーダーメイド加工にも対応

赤道直下を通過するため、パックの空気が膨張しないよう、パッキング方法を工夫。輸出向け商品の賞味期限は1年を設定し、製造後、即時出荷できる体制を構築。商社からの引き合いも獲得

出汁の美味しさや使い方を伝えるイベントプロモーション活動を通じ、日本の「UMAMI」を世界へ広げる活動を強化。米国展示会では、出汁の講習会等で伝え方を工夫し関心層を創出

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)



GFPを活用した輸出成功ポイント

GFPと二人三脚で相談しながら輸出スキルを向上

課題 1

輸出規制に関する情報収集・対処策に関する相談機会を得たい

GFP訪問診断

輸出規制情報を効率的に取得・相談

農水省・ジェトロとの訪問診断を通じて、輸出規制に関する資料を収集・国における最新の規制対応状況を収集することで早急に対応策を検討



GFP訪問診断での説明

課題 2

自社商品のセールスポイントの再考・信頼できるサプライヤー等を探したい

GFPデジタルカタログ コミュニティサイト

効果的なPR方法考案・取引先への情報提供

GFP事務局と連携し自社商品ポイントをすり合わせながら、カタログを作成。GFPサイトへの掲載を通じて、新規取引先からのコンタクトも増加



GFPデジタルカタログ

課題 3

更なる輸出事業を目指し、的確な輸出指導・社内輸出担当者を育成したい

GFP輸出塾

社内輸出担当者のトレーニングに活用

GFP輸出塾を通じて、講師からのアドバイス・他事業者との交流機会を得ることで、自社輸出ビジネスの見直し・輸出拡大に向けた知恵を習得



GFP輸出塾への参加

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

COVID-19が収束した暁には、引き続き現地オーナーの経営する和食店への営業活動を再開し、点での営業から面への営業活動に切り替え発展市場が期待される東南アジアや安定市場である北米地域への展開を強化していきます。今後も、販売先となりうる海外進出する日本食の外食企業をサポートし、海外需要の増加とだし文化普及の取組を強化してまいります。



椋田和洋様



GFP優良事例

東亞食品工業株式会社（兵庫県）

業種：食品製造業 生産規模：1億円～10億円

海外の健康志向層にグルテンフリー乾麺を提供

輸出品目

そば
うどん
そうめん
米国
カナダ
イスラエル

輸出の背景/経緯

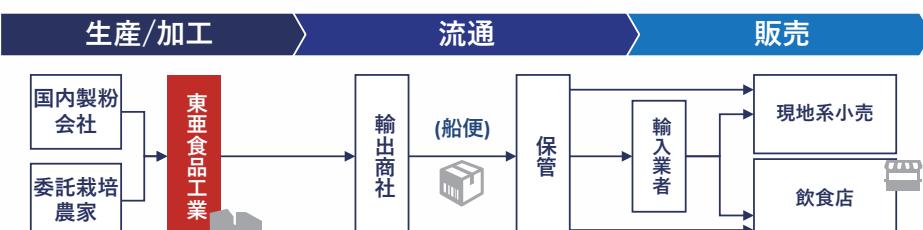
- 1945年製粉事業で創業。日本の商社からの依頼で1970年から米国西海岸の日系スーパーにソーメンとうどんを販売開始
 - 商社と同行セールスを行い、海外市場の更なる拡大可能性を確信
 - 現地に合わせた商品化を積極的に展開。富裕層をターゲット HALAL乾麺を開発・販売
 - 乾麺の主要産地である兵庫県播磨地方で製造し、現在北米を中心に東南アジア・欧州等、30か国以上の国・地域に輸出実績を持つ
- 自社売上の内、1割程度は海外輸出により獲得

輸出取組

輸出取組内容

- 最大輸出先である米国における自然食品の展示会への出展等を通じて実感した、グルテンフリー乾麺へのニーズの高まりを基にグルテンフリー米粉麺の商品開発・輸出促進を開始
- 1998年半ばより、アジアや中東エリアへ輸出国・地域を拡大
- 出遅れていたアジア地域にはこだわり商品などを投入し、他社との差別化を図るが、価格の問題もあり、中々結果につながらなかった
- しかし、イスラエル向けに輸出で“Kosher”を知り、海外輸出拡大するためには各種認証取得が必要と感じ、業界HACCPやISO22000を業界内第一号で認証を取得
- FSSC22000認証等の国際認証を多数取得しながら、様々な輸出先国への規制対応を実施。近年ではコーチャン認証も取得

輸出モデル



北海道の委託栽培農家や国内製粉会社より乾麺の原料を調達。米粉で作るグルテンフリー乾麺や増粘添加物を使用しない原料で製麺。畜肉エキスを含まないアニマルフリー対応の商品も開発・製造

輸出商社を通じて、米国や東南アジア、アフリカなど30カ国・地域に乾麺・ラーメンを船便で輸出しており、年間で40フィートコンテナ10本分の輸出を実現するなど、物流網を構築。日系小売店だけでなく、アジア系小売店等にも展開。健康志向層がターゲットとなる現地系小売に提供。自ら現地に足を運び、現地ニーズを収集。HALALやグルテンフリー商品の需要の高さに気付く

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

5,000万円

+7,000万
(240%)

GFP参画後(2021年)

1億2,000万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

GFPメンバーとの交流を通じて輸出拡大に活用

課題 1

輸出に関する制度や自社取組の確からしさについてアドバイス頂きたい

GFP訪問診断

行政・公的機関とのディスカッション

行政や輸出に係る公的機関(JETRO)との意見交換を実施。利用できる補助金や販促方法、輸出先チャネル等についてアドバイスを頂いた



GFP訪問診断での写真

課題 2

各国における添加物規制の把握とその対応策について知りたい

GFP超会議 in Osaka

添加物規制に関するグループワークを実施

加工食品メーカー同士が集まり、各国の添加物規制についてワークショップ形式で検討。仲間と情報共有することで、添加物に関する知見を醸成



ワークショップの様子

課題 3

加工食品の輸出における課題感について整理・解決したい

GFP加工品部会

輸出先進加工食品事業者とディスカッション

環境負荷低減に関する包材規制対応や添加物等について、輸出を先進的に取組んでいる加工食品メーカーと意見交換会を実施



グローバル产地計画資料

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



東アジア諸国ではベビーフードにおいても安全な日本製食品へのニーズが高いです。そのため、米粉麺製造技術を活用してアレルギーフリーのベビーフード乾麺の製品化を進めてまいります！



GFP優良事例

丸京製菓株式会社 (鳥取県)

業種：菓子メーカー 生産規模：91億円

2022年 選定

輸出品目

和菓子
・どらやき
・饅頭等

輸出先国

X 北米
中国
EU
韓国
東南アジア等

“世界一の生産量”を誇るどら焼きを海外20カ国以上に輸出

輸出の背景/経緯

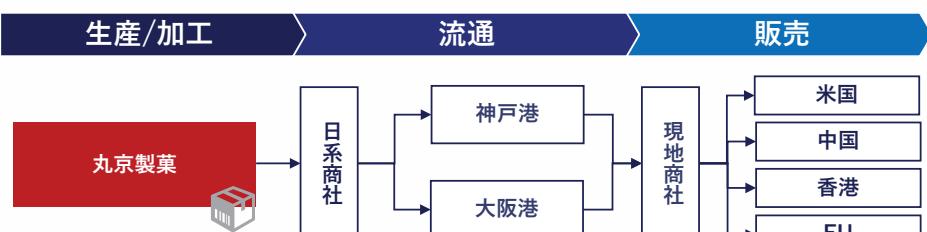
- 1958年創業、世界一の生産量を誇るどら焼きを中心に饅頭系の菓子を輸出
- 季節行事に依存する和菓子の生産量を年間を通して一定にするため、工場の閑散期を活用して輸出を開始
- 原材料輸入先の為替リスク軽減も兼ねて日本产品へのニーズの高い台湾向け輸出に取組む
- 現在では中国・欧州・韓国・東南アジア・豪州等20か国以上に販路を拡大
 - アジア系・現地系小売店やECサイト、日本食レストラン等、多様な販売チャネルへ展開
- 国内市場が縮小する中、地方菓子メーカーとして先駆けて輸出に取組むことで生産量の拡大を実現

輸出取組

輸出取組内容

- うま味増幅・菌抑制を可能とする“氷温技術”を導入し、不要な添加物を軽減することで賞味期限を6ヶ月に延長。他社との差別化を実現
- 安心安全の取組みにも注力し“FSSC22000”、“鳥取県HACCP適合施設認定”を取得。ISO規格・HACCPを取り入れた独自の品質管理システム“MQS(丸京クオリティーシステム)”を確立
- “日本式”的どら焼きにこだわり、日本の食文化の受入れには実食が不可欠との考え方から、中国では実食販売のプロモーションを継続して実施
- 取引先・輸出支援団体との密な連携や、GFPイベントを活用してネットワークを構築・拡大することで輸出拡大を達成。今後は同業他社との共同プロモーションによる輸出拡大を目指す
- 各国の添加物規制(着色料・香料・膨張剤・乳化剤)に対応するため添加物メーカーと連携した商品開発を実施。今後は全世界の添加物規制に対応した“世界最強のどら焼き”開発を推進

輸出モデル



2002年の工場新設を機に、OEM・PB商品から自社ブランド商品の生産に方針転換。常温・冷蔵・冷凍に対応した商品展開、物流網の構築に取組み、消費者のニーズに合う商品を届けることに成功

輸出は長期の取引実績があり、信頼できる輸出商社経由で実施。日本の貿易商社経由で、現地商社が輸入を行う。コンテナ内での荷積み方法の改良など物流品質の向上にも注力

中国ではハイエンド小売店での実演販売を行い、商品価値を高めるブランディングを実施。米国では茶や柿の種とのコラボ販売や、包装資材を用いて英語で和菓子説明を行う取組みで輸出を拡大

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2019年)

5.3億円

+7,000万
(113%)

GFP参画後(2021年)

6億円

GFPを活用した輸出成功ポイント

セミナー登壇や事業参画を通じて関係者との関係構築

課題1

米国の大手小売で求められる品質・数量の確保や一般消費者向けに魅力の訴求が必要

補助事業を活用したプロモーション

農水省補助事業を活用した輸出体制整備

農林水産省の補助事業を活用して工場を新設し、米国大手小売向けに包装資材を改良、英語の和菓子説明を入れる取組みで消費者に和菓子をPR

課題2

ネットワークを拡大することによる情報収集や新規ビジネスに繋げることが必要

GFP加工食品輸出セミナー登壇

積極的な情報発信によるネットワーク拡大

GFP加工食品輸出セミナーや加工食品部会菓子分科会にて、添加物対応など和菓子の輸出経験を共有、関係者との連携を深めネットワークを拡大

課題3

和菓子輸出のメインターゲットとなる米国市場の知見・ノウハウを底上げしたい

米国向け菓子輸出実証事業への参画

実証参画による米国市場の知見を深化

米国向け和菓子・スイーツ輸出実証事業に参加し、米国輸出を志す事業者にこれまでの経験・情報を共有。事業成功と米国市場の実態把握に貢献



現地での試食販売の様子(左)
海外向けパッケージの商品(右)



加工食品輸出セミナーでの登壇の様子



米国ロサンゼルスにおけるテストマーケティングの様子



紙徳 秋子 様

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

GFPイベントへの参画を通して和菓子は付加価値のある嗜好品であり、輸出の可能性が高いことをお伝えしてきました。輸出拡大に向けて取組むべき事項は多いですが、信頼できるパートナーと組むことで経営上のメリットを得ることが可能です。今後も和菓子という日本古来の食文化の定着に向け、オールジャパンでの取組みを加速したいと考えています！



GFP優良事例

木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム (香川県)

業種：醤油メーカー団体 生産規模：1億2,470万円

醸造元ごとに特色のある木桶仕込み醤油で和食文化を発信

輸出品目

醤油
醤油加工品

輸出先国

米国
ドイツ
イギリス
フランス

輸出の背景/経緯

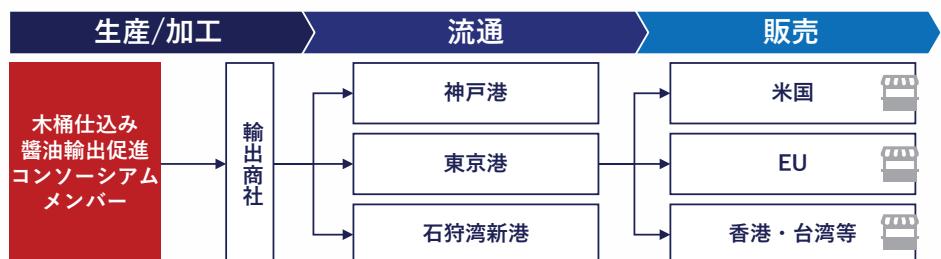
- 木桶による伝統的製法を次世代に残し、木桶仕込み醤油の流通量を増加させることを目的に「木桶職人復活プロジェクト」を開始
- 国内市場の奪い合いではなく、海外に着目して市場を拡大させたいとの想いからコンソーシアムを設立。世界の醤油市場の1%(金額ベース)を木桶仕込み醤油にすることを目指す
- 桶職人の後継者育成、生産者の収入安定、高品質な醤油の提供のため、桶職人・醤油生産者・消費者の三方にメリットのある取組みを実施
- ワインと同じで、醸造元によって複雑な香りや味わいがあり、それぞれ特色がある魅力を海外に発信したいとの想いで輸出に取組む

輸出取組

輸出取組内容

- 輸出額・量ともに年々伸びている醤油の中でも富裕層向けた“プレミアム”な醤油を押し出すブランディングを実施
- 木桶仕込み醤油の魅力を発信する多言語WEBサイトを構築し、醤油の醸造過程を伝える等、近年のトレンドである発酵調味料としての認知度向上を図る
- 輸出戦略の重点品目団体と連携した国内外の展示会への出展、在外公館や海外飲食店でのPRイベントの開催、インフルエンサーの醸造蔵現地視察招聘ツアー等のPR活動を実施
- マッチングイベントや全国の木桶醤油メーカーとの交流も積極的に行い、輸出先駆者と輸出経験のない地方メーカーとの横連携を通して、コンソーシアム一体として業界の底上げに取組む
- 木桶仕込み醤油の優位性を大学研究機関と連携し分析・研究を推進

輸出モデル



江戸時代から伝わる木桶作りの職人技術や、醸造の内容をメンバー間(25社)で共有し、国全体で木桶仕込み醤油の認知度拡大に向けた企画や取組みを行う

限定された出荷量のため、物流はコンソーシアムメンバー各社で実施。コメ等の他品目と混載した出荷や、輸出業務の委託先の紹介等、メンバー間での連携にも活発に取組む

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2019年)

6,400万円

+6,070万
(195%)

GFP参画後(2021年)

1億2,470万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

“ワンランク上の醤油”として和食価値の底上げに取組む

課題 1

安価な醤油と差別化した“プレミアム商品”としてのブランディングが必要

GFPオンライン商談会

海外ニーズを踏まえた商品開発

現地外食店との商談成立によりオランダへ輸出開始。OEM契約を締結し、バイヤー意見を盛り込んだマーケットインでの容器・ラベル開発を行う



現地ニーズに基づく商品開発

課題 2

他品目とのコラボやインフルエンサーとの連携で新たな商流を開拓したい

補助金を活用した現地プロモーション

現地イベントを通じた新規商流開拓

Twitter本社で木桶の展示と、ラーメン店にて木桶仕込み醤油5種×ラーメンのコラボ商品を販売。インフルエンサーによる実食リアル配信も実施



米国でのプロモーション

課題 3

コンソーシアムメンバーが積極的に輸出に取組むきっかけが欲しい

GFP香川・小豆島視察 木桶醤油マッチング

輸出未経験のメーカーの輸出を後押し

輸出未経験のメーカーの輸出機会を創出するため、生産者・海外バイヤー・商社を対象とし、蔵元の現地視察・マッチングイベントを開催



小豆島マッチングイベント

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



山本 康夫 様

全国の各木桶醤油メーカー独自の特徴も生かしつつ、コンソーシアムとして一致団結して木桶醤油の輸出を拡大したいと考えています。木桶醤油には特徴的な香り・味に加えて、木桶製造の歴史や生産ストーリーがあります。和食文化・醤油の魅力発信と合わせて、生産背景も伝えることで消費者の心を掴むブランディングをしていきたいと考えています。



GFP優良事例

株式会社阪東食品（徳島県）

業種：生産・加工製造業 生産規模：6,100万円

輸出品目

有機ポン酢
ゆず果汁
すだち果汁等

輸出先国

EU
中国
米国 等
20か国

現地メニューに合った使い方の提案で輸出を伸ばす

輸出取組

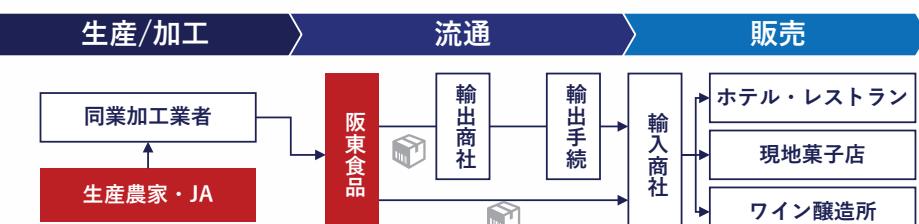
輸出の背景/経緯

- 海外のオーガニック食品ニーズの高まりと、ゆずの知名度向上を受け、2012年に輸出を開始
- 前職で輸入自動車の販売をした経験を基に、海外市場への強い関心を持ち、国内産品の輸出に挑戦
- オーガニックで100%果汁の商品を中心都市向けに「自然派・本物志向の」商品として、海外の既存商品と差別化を図り、輸出機会を捉える
- 2019年時点で3千万円超の輸出を達成。うち多くがEU向けの輸出
- 2019年、GFP超会議等の交流イベントに参加し、GFP事業者と共同で輸出向け新商品の開発を検討中

輸出取組内容

- EU・中国市場でパートナー企業を獲得し、現地のレストラン・ケーキ屋等に販売
- 輸出先拡大に向け、有機JAS、ハラル認証等を取得。日本食店のみならず、現地料理の味付けにも幅広く使用
- オーガニック果汁を中心として、欧州・中国等の多数の現地レストラン・菓子店に輸出
- EU・中国市場の更なる輸出拡大を狙いつつ、米国・アジア・豪州等、販売先地域を拡大するにあたり、新規に販売パートナーとなっていた企業を模索中
→ コロナ流行後も10件超の新規商談を継続
- 「ゆず」をコンセプトのベースに使いながら、独特の風味のある果汁商品やクラフトコーラを開発。輸出に向けて販路を開拓中

輸出モデル



慣行栽培農家に加え、オーガニック農家からも購買。実生ゆづについてはJAから、農家・産地を特定したもののみを購買し、商品に加工。商品容器も各国で使用可能なものを選定・使用

円建て取引し、為替リスク回避が可能な商社向けには直接輸出。現地パートナーと同行営業し、エンドユーザーに品質保持の必要性を訴え、国内から実需業者に渡るまで冷蔵輸送網を確立

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2019年)

3,400万円

+6,440万
(289%)

GFP参画後(2021年)

9,840万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

輸出機会創出に向けたパートナー・資金獲得に活用

課題 1

現地のニーズに沿った商品・販売方法の提案をしていきたい

GFP超会議への登壇・交流会参加

課題 2

コロナ状況下でも輸出へのチャレンジを続ける為の投資資金が必要

GFPメールマガジン

課題 3

海外の新販路開拓に向け、知見が無い市場の特徴やトレンドを知りたい

GFPオンラインセミナー

親和性が高い事業者との協働機会を獲得

自社が有している販路・現地パートナーとの相性がよい商品・事業者をイベント交流会で見出し、共同でEUのバイヤーへの提案・輸出を実行



イベント後の交流会の様子

輸出用の新商品開発・テスト輸出を実現

GFP紹介の補助金を活用し、輸出向け新商品開発、テスト販売、成分検査・英語版の残留農薬証明書の発行等、新規販路開拓に必要な経費を補填



補助金にて開発した新商品

海外市场の動向に関する情報収集

GFPメールマガジン等で配信される海外消費者トレンド・輸出成功事例・補助金の案内等を随時収集し、自社販路開拓・商品開発のヒントに活用



GFPセミナー等の情報を収集



阪東高英 様

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

コロナ流行下で萌芽している現地のニーズ・動向の情報を常にウォッチし、自身が訪れていない地域の情報については特に、市場動向を見据えた輸出体制を確立していきたいと思っています。今後もGFPのメンバーとの関係構築を通じた新規の輸出機会等を模索しながら、輸出拡大に取り組みたいと思います。



GFP優良事例

イヨスイ株式会社 (愛媛県)

業種：加工製造業 生産規模：130億728万円

長年の水産輸出・活魚運搬知見を基に超高鮮度商品を開発

輸出の背景/経緯

- 1995年に活魚輸出を開始して以降、2010年に水産食品加工施設HACCP認定を取得し、北米・アジア向けに加工食品の輸出を開始
- 2015年には酒類販売業許可を取得し、酒類の輸出も開始
- 幅広い国・地域に輸出可能な体制を目指し、冷凍フィレ・ロイン等の加工・製造を行う自社工場において、各種認証取得（FSSC22000、ISO22000、EU HACCP、CHINA HACCP、FDA HACCP、MSC/ASC CoC認証）を取得済。現在BRC認証を申請中
- 今後はインド・アフリカ等の新興市場も視野に入れて輸出拡大を目指す。業務用は日本食レストランに加え、多国籍レストラン向け輸出を検討

輸出品目	輸出先国
タマクエ (自社開発)	アジア(中国・韓国・台湾等)
ハマチ	X 米国
マダイ	EU 等
シマアジ	20か国
マグロ	

輸出取組

輸出取組内容

- 自社の活魚運搬の経験と実績で、多種多様な魚・水産加工品を取扱可能。輸出に適した新魚種の開発から養殖・加工・輸送・販売に至るまで一気通貫で取組。平成30年度輸出に取り組む優良事業者表彰農林水産大臣賞を受賞
- 日本食市場の拡大を機会と捉え、東アジアには活魚中心、北米・東南アジア・EUには冷凍鮮魚を中心に出荷。現地レストランやホテルから高品質・高鮮度で高評価を得る。
- 国際基準を満たした加工場の整備により、活魚に限らず鮮魚・水産加工品を世界中に輸出可能な体制を構築。自社通関で活魚船・活魚車・リーファーコンテナ(0度、-25度)・飛行機(当日水揚げ鮮魚)を活用し、産地から直接輸出可能な一気通貫の物流網で、高鮮度な水産品をスピーディーに輸出
- 現地系の小売向けの新規販路開拓を輸出商社などと提携して行う機会を模索

輸出モデル



国内市場が縮小していく中、漁業者を守るために種苗・飼料・品種開発のサポート。契約漁業者360戸と連携することで、輸出向け仕様の水産物を養殖(ターゲット国に合った脂の乗り方や鮮度)

自社生け簀で畜養しておき、輸出時間に合わせて縫めてパッキングすることで高鮮度による差別化を実現。活魚・鮮魚・冷凍の多様な販売網の構築により、海外まで一気通貫の物流網を構築

新規輸出国の取引は前売金を前提とし、日本産が高品質な理由を説明しながら現地営業を促進。現地視察や魚食文化の普及に向けたイベント、価格競争に巻き込まれないルール作りを徹底

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

35億円

+7億
(120%)

GFP参画後(2021年)

42億円

GFPを活用した輸出成功ポイント

輸出ビジネスのアイデア相談・輸出物流の意見交換

課題 1

新規市場開拓に向けて新たなパートナーを探しながら、海外市場情報を収集したい

GFPオンラインセミナー&マッチング

オンラインを活用して効率的にマッチング

中国・香港向け販路を持つ商社と事前マッチングの上、オンライン商談を実施。コロナ禍においても、輸出ビジネス拡大に積極的に取り組む

課題 2

海外産水産物との差別化ポイントを検討・オンラインを活用し効率的にPRしたい

GFPデジタルカタログ

事務局と二人三脚で差別化ポイントを検討

自社商品のPRを強化するため、GFPカタログに参画。商品の差別化ポイントの見直しだけでなく、GFPサイト掲載を通じて幅広く情報発信

課題 3

取引国が拡大する中、各国のコールドチェーン整備状況を把握したい

GFPコールドチェーン勉強会

他事業者と輸出物流に関する意見交換

日本産水産物の輸出促進・自社輸出の拡大に向けて、自社輸出ノウハウの共有のほか、同業者や商社間で輸出物流に関して意見交換を実施



GFPオンラインマッチング
from Sendaiでの商品紹介資料



GFPデジタルカタログ
(イヨスイ)



GFPコールドチェーン勉強会
実施風景



荻原寿夫 様

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

GFPコールドチェーン勉強会では、輸出業務内の課題と対応策に加えて、多様な輸出体制への取り組みや輸出手続きの効率化なども協議され、大変参考になりました。国が掲げる2030年輸出額5兆円目標の一端を担っていることを業界全体で自覚し、同様の野心的な目標を設定しなければならないと思っています。



GFP優良事例

株式会社杉本商店（宮崎県）

業種：生産者 生産規模：3億9,000万円

輸出品目	輸出先国
乾しいたけ	北米
椎茸粉	X EU
	香港
	台湾 等

GFPビジネスパートナーマッチング等を活用し輸出拡大

輸出取組

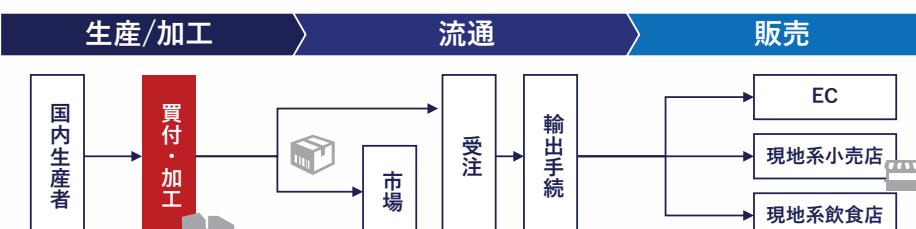
輸出の背景/経緯

- 乾しいたけの国内需要の減少を背景に、将来にわたって高千穂郷の生産者からの買い付けを継続していくために、2017年頃から輸出ビジネスを開始
- 高千穂郷の生産者約600軒の60t程度の原木栽培乾しいたけを買付
- 今後、"乾しいたけといえば、杉本商店の原木しいたけ"と世界中の人にから認識されるようなマーケットを作り上げることを目指してブランディングを図る取り組みを行う
- 北米向け輸出を目指しFSMA対応を完了。またHACCP、有機JAS、コーチャン認証等の取得も完了し輸出体制を整備。更なる輸出拡大のため2021年にISO22000を取得予定

輸出取組内容

- 大手EC(Amazon)を中心にして、米・英国向けに乾しいたけを輸出。米国Amazonの乾しいたけのランキングで10位以内にランクインするなど、海外からの人気も高い
- また、オーガニック・ヴィーガン向けに料理キットを販売する米国ECサイトや、イタリアECサイトでも取扱開始
- 飲食店での取扱拡大も目指し、フランスの日系飲食店での取扱開始
→ COVID-19状況下で飲食店がロックダウンをしている中でも、テイクアウト商品が売上を創出
- 3言語(日本語・英語・中国語)対応のレシピ動画を制作し、商品添付のレシピからQRコードで閲覧可能。動画を通じて、各国の消費者に商品のストーリーや食べ方を説明

輸出モデル



生産者から直接買付を実施。不足分はトレーサビリティ協議会が監査しているしいたけのみを買付。仕入れから出荷までデータ管理することで、すべての商品を生産者までたどれる状況

輸出の際の商品情報ラベル(乾しいたけ・椎茸粉)は現地規制に対応したシールを貼付。また、通関がスムーズになるよう、現地バイヤーと打ち合わせた必要書類を事前準備し同封

商品にQRコードを貼付。また生産ストーリー紙や現地語に対応したレシピを同封。消費者やバイヤーからの受けも良く"最高品質の商品"といったコメントが寄せられ、リピートオーダー等、好評

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

280万円

+4,296万
(1634%)

GFP参画後(2021年)

4,576万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

商品に共感できるパートナーとの"出会い"に活用

課題1

商品の良さ・特徴を理解し、一緒に売るパートナーを探すことが困難

課題2

ニッチな自社商品が刺さる消費者ターゲットに商品を届けることが課題

課題3

長期的なプロモーション計画の作成支援・アドバイスを希望

GFPビジネスパートナーマッチング

輸出の方向性や戦略を相談

農水省・ジェトロとの訪問診断を通じて、輸出規制に関する資料を収集・国における最新の規制対応状況を収集することで早急に対応策を検討



ビジネスパートナー
マッチングの様子

マーケットインに基づく商品活用を提案

パートナーのアドバイスを参考にヴィーガン向けマヨネーズに椎茸粉を混ぜた商品を提案。米国商談会で"Umami"が実感できると好評頂く



ECでの商品紹介事例

海外展示会・SNSを活用したプロモーション

パートナーの支援を受けてGulfood等の海外展示会に出展、Saladplateでの商品PR動画を公開。サンプル・見積付等、多くの反響を頂く



Saladplateの掲載動画

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

商品を売ることよりも商品を理解して売ってくれる人を見つけることが大変でしたが、商品を売るための知識を持ち、親身になって相談にのってくれるビジネスパートナーに出会うことができました。今後は、海外展示会のブースのシェアや、プライベートブランドの開発等、協業して輸出拡大に取り組んでいきたいです。



杉本和英 様



GFP優良事例

大吉農園（鹿児島県）

業種：生産者（専業） 生産規模：1億円

輸出品目	輸出先国
キャベツ	タイ 香港 台湾 シンガポール

GFP訪問診断を契機に1年以内で輸出を実現

輸出取組

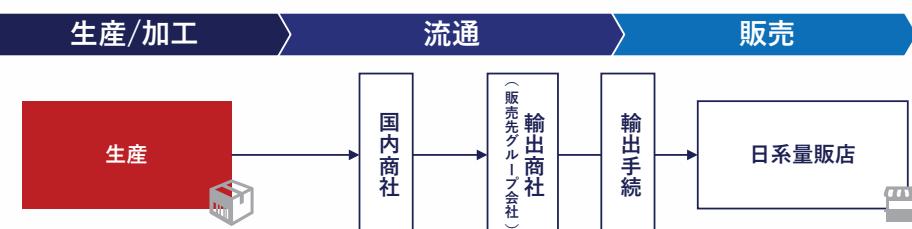
輸出の背景/経緯

- 2014年に、シンガポール在住の知人より、現地で販売されている日本産キャベツの品質状態を聞き、輸出意欲が高まる
- 2019年2月、GFP訪問診断を実施。その後、GFP超会議 in Tokyoに参加し、輸出に向けた認証取得や商談会等の情報を把握
- 2019年9月、鹿児島県で開催された商談会に初参加し、現在の取引先から引き合いを受ける
- 2019年11月、流通業者とマッチングし、シンガポール向けにキャベツの輸出を開始
- JGAP、ASIAGAPver2.2を取得することにより輸出先国のニーズに対応

輸出取組内容

- 輸出当時から、1回に500ケース分の生鮮キャベツを定期的に輸出しており、現在は輸出先国も着実に増加し、シンガポール・香港・タイ・台湾向けに、週1回定期的に輸出
- 海上輸送のため、店舗に届くまでに2週間～1ヶ月を要することから、品質保持への対応に細心の注意を払っており、梱包用ダンボールも輸出仕様に変更
 - 輸出先の商品サイズや梱包個数に応じるため、栽培品種の検討と生産計画を見直し
- タイ向け等、一部輸入規制が厳しくなっている国への対応として、虫の混入や少量でも土が付着しないように収穫後の検品をより強化
- 輸出拡大に向けて生産量を拡大する方針であり、新たに大型冷蔵庫を導入する計画
- 商談会で栄養成分分析表を数値で提示し差別化

輸出モデル



丁寧な土作りとIPM（総合的病害虫・雑草管理）を用いた農法で育てたASIAGAP取得済みのキャベツは、安心・安全だけでなく、安定生産・安定供給できるところが最大の強み

長時間の輸送による品質低下・損傷を低減させるため、外葉を多めに残すことで鮮度保持・変色防止の対策に取り組む。また、輸出向け包装は国内向け包装よりも強度が高いダンボールを使用

取引先の意見を踏まえて、見栄えが良く陳列ができるよう、玉揃い・彩りを意識したキャベツを選定。シンガポールの販売先では、2020年1月に1万個が完売するなど、海外消費者からも高評価

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

0円

+2,750万

GFP参画後(2021年)

2,750万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

積極的な行動で輸出を“知る”から“する”までを達成

課題1

輸出経験が無いため、輸出に向けて何から始めれば良いかわからない

課題2

実際に輸出をする上で、商品の荷姿や梱包の方法・注意点を知りたい

課題3

輸出に取り組む方々から刺激をもらい輸出に向けて本格的に取り組みたい

GFP訪問診断

GFP訪問診断で輸出の“イロハ”を学ぶ

農水省・ジェトロ職員から、規制情報や海外ニーズの傾向、商談会・展示会を活用した販路開拓などのアドバイスを受け、輸出に向けて取組開始



訪問診断の様子

関係機関等とのネットワークを活用

初めての輸出の際に、GFPを通じて連絡先を把握した全国植物検疫協会の専門家から直接指導を受け、トラブルなく無事に1回目の輸出が成功



直接指導の様子

GFP超会議

国際的な認証取得の必要性を把握

ASIAGAP取得の重要性や、認証取得に向けて商談会参加の必要性を知り、後日商談会に参加。商談会を通じて現在の販路を構築



GFP超会議・商談会の様子

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

GFP参画をきっかけに、輸出に関して漠然としたイメージしか持っていた状態から、1年以内に輸出を実現しました。更なる輸出拡大に向けて、生産量の拡大と集出荷設備の拡充を図ると伴に、これまで通り、取引先のニーズを把握し、海外のお客様の喜ぶ顔を思い浮かべながら、鮮度が良く・品質の高いキャベツ生産に励んでいきます。



大吉枝美 様



GFP優良事例

垂水市漁業協同組合（鹿児島県）

業種：漁業協同組合 取扱金額：45億円

2022年 選定

輸出品目

カンパチ X
米国
カナダ
シンガポール
タイ
香港 等

日本一のカンパチ生産量を誇る漁協として輸出拡大を牽引

輸出取組

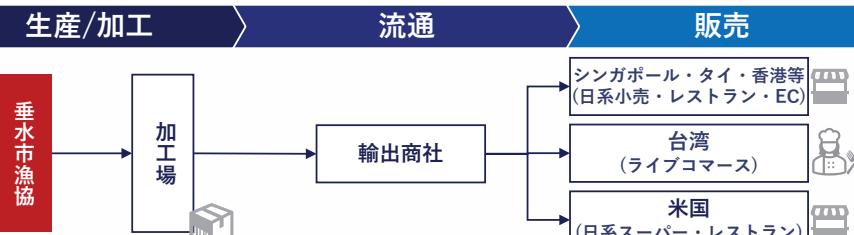
輸出の背景/経緯

- 国内カンパチ養殖数約600万匹の内、約25%の稚魚を垂水市漁協にて育成。日本一のカンパチ生産量を誇る
- 国内市場を奪い合うのではなく、海外市場に目を向けることで生産者の手取り安定化を目指し輸出に取組む
- 2016年にシンガポール向けに輸出を開始（現地高級料理店向けが中心）
- 大型カンパチ（5-6kg）は、日本では値下げの必要があるが、米国向けには通常価格で販売できる点に着目し、米国向けの輸出を拡大
- 輸出パートナー探しを目的にGFPイベントに参加し、協力なパートナーとのマッチングすることで生産～販売を一気通貫で行う体制を構築
- 今後は生鮮に加えて、冷凍カンパチの輸出を拡大を検討

輸出取組内容

- 2021年、最新技術を導入した加工場を新設。品質の向上・認証取得を推進したことでの衛生面の評価が高まり、輸出拡大の契機となる
- GFPマッチングイベントの繋がりを活用することで販路が拡大、台湾や米国を中心に海外の販促活動が加速
- 海外シェフと連携した“マーケットイン”的メニュー開発に取組み、現地の声を反映することで消費者の嗜好に合わせた商品を開発
- 台湾向けライブコマース販売や青果物・加工品・醤油とのコラボ販売に取組み、“ALL 鹿児島”による産地一体のプロモーションを実施
- サステナビリティへの配慮として、データに基づいた適切な量を給餌することで餌のコストや漁場環境への負担を軽減
- 産地・商品のプロモーション動画を作成し、現地消費者に生産ストーリーを届けることで、消費者の“体験価値”を向上

輸出モデル



輸出量の増加に対応するため加工場を改築。冷凍庫も約2倍に拡張することで冷凍カンパチの輸出拡大を目指す。加工場では技能実習生の積極的な受入も行い、多様性を追求

温度管理に注力し、通常より長い時間の冷蔵時間を確保、保冷剤の増加により鮮度維持に取組む。輸出先国に応じ商社・港湾を使い分け、効率的な輸出物流を実現
シンガポールの大手ECであるRedmartや台湾のライブコマースにて家庭用冷凍刺身キットを販売。富裕層向け販売が中心のため、今後は現地の一般消費者が手に取りやすい価格での提供を目指す

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

4,000万円

+4,000万
(200%)

GFP参画後(2021年)

8,000万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

GFPの繋がりを通じて取引先・販路拡大の機会を創出

課題 1

海外でのカンパチの認知度を向上させるべく、現地ニーズ・消費者の意見が必要

台湾向け
ライブコマース

台湾向けにSNSを活用したプロモーション

輸出商社とのマッチングにより台湾輸出を開始。ライブコマースを活用した販売を実施し、現地消費者のカンパチの認知度を向上



LIVEで調理・商品説明を行い
視聴者に商品を販売

課題 2

現地消費者に産地の魅力を紹介することで、新たな市場を開拓したい

GFP輸出産地セミナー
・PR動画制作

生産ストーリーに訴求したPR動画制作

生産現場の様子、生産者の想いを伝える動画をGFPと協力して作成し、PRに活用。輸出産地セミナー講師としても登壇し輸出取組を紹介



輸出産地とカンパチの
動画プロモーション

課題 3

産地一体で多品目と連携したプロモーションにより付加価値を向上させたい

GFPネットワークを活用した開発・PR

"ALL 鹿児島×GFP"で取組む商品開発・PR

GFPネットワークを活用し、高次加工食品開発や、米国小売等の販路開拓、カンパチと合うレモン・塩・醤油とのコラボ販売に取組む



カンパチ×醤油のコラボ販売

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

垂水市漁協では若手とともに一次産業の底上げ・魅力発信に向けて積極的に取り組んでいきます。輸出に向けては、まだまたカンパチを知らない現地消費者が多いことから、認知度を高めるべく現地ニーズに合わせた商品開発、カンパチのメニュー提案を進めて参ります。今後も県やGFPと連携しながら、海外展開の戦略策定や新たな商流開拓・取組みを行うことで、カンパチの美味しさを世界に広げていきます！



秋峯 太 様



GFP優良事例

株式会社レッドアップ(熊本県)

業種：生産者 生産規模：80トン(大玉・ミニトマト)

2022年 選定

輸出品目

トマト
ミニトマト
トマト加工品

輸出先国

香港
中国

九州の生産者の生産物も取り纏めて、輸出拡大を図る

輸出取組

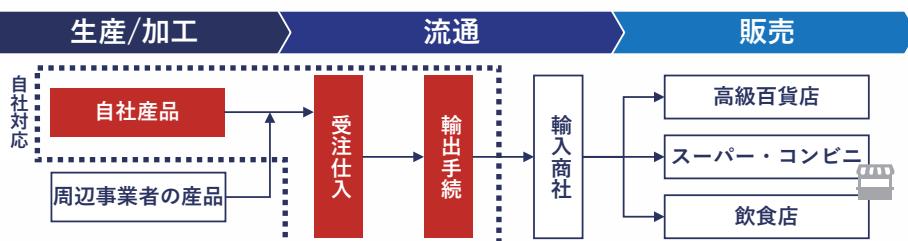
輸出の背景/経緯

- 1947年からトマト栽培を開始。現在はトマト4反・ミニトマト8反の計1町2反生産。ビニールハウスを4箇所に計40棟保有
- 土を押し固め、強い根を張らせる“スバルタ栽培”農法により酸味の少ない“ソムリエトマト”を生産
- 2017年・2018年の野菜ソムリエサミットの青果部門で2回連続銀賞受賞、フード・アクション・ニッポンアワード100選で入賞した実績を有する
- 2018年より輸出を検討。相場に左右されず、安定した経営を目指す
- 近年は九州の周辺生産者・メーカーの商材をレッドアップで取りまとめ書類手続・飛行機の手配・倉庫の確保等まですべて対応

輸出取組内容

- 一次產品のトマト・ミニトマトの生産に加え、6次化商品としてトマトの特徴的な赤色と素材の味を生かした加工品（ケチャップ、チリソース、スパイス）を開発
- 從来廃棄していた傷物のトマトを加工品用に用いる等、SDGsにも配慮しながら、結果として美味しい材料を使った商品を生産
- 加工品は商品開発時点から海外輸出を見据えてラインナップや賞味期限を1年以上保持できるように設定
- スパイスについては元々7種類のラインナップだったが、海外の消費者を意識して日本らしさのあるワサビ・かぼす・唐辛子の3種類を加えた計10種を販売
- 加工品は業務用にも対応可能ため、小売店の他にレストラン等との取引を希望し、商談会等への参加を通して販路を拡大を図る

輸出モデル



製果が少なく、店持ちは良いミニトマトや、色・形が整っており日持ちの良いトマト等、輸出に適した品種を生産。化学肥料を30%以上減らした減農薬栽培を行い、県のエコファーマーに認定

商品を一つずつ丁寧に梱包材で保護し、頑丈な段ボールで梱包。ロスト防止のため各包装にナンバリングして適切にバイヤーに届くように配慮。他事業者の商品をまとめて輸出する商社的な取組も開始

誰が作った商品かわかるよう現地語に対応した生産者の顔付きのPOPを作成し、商品と一緒に棚に掲載。また商品にQRコードを添付し、自社HPへ誘導することで、商品詳細や活用イメージをPR

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2017年)

0円

+300万

GFP参画後(2021年)

300万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

訪問診断等を活用し、国内事業者とのマッチング成立

課題 1

輸出経験がないため何から始めるべきか、輸出に向けたサポートがほしい

GFP訪問診断

GFP訪問診断で商社とマッチング

輸出先国や認証に関するアドバイスを受ける。また同席したJETRO担当者から商社の紹介を受け、ミニトマトを香港の高級スーパーへ輸出



訪問診断の様子

課題 2

輸出取組について、国内事業者と繋がる機会がほしい

GFP超会議 in Tokyoでの登壇

GFP超会議に登壇して取組をPR

イベントに登壇することで輸出への意識が向上。またGFPメンバーとの交流の機会も生まれ、定期的な意見交換を行う等コラボレーションを創出



GFP超会議の登壇の様子

課題 3

輸出向け商品開発のため、国内生産者の事例や海外ニーズ情報を把握したい

GFPイベントの活用

海外ニーズ情報を参考に輸出向け商品を開発

セミナーやFacebook等の情報を参考に輸出向け商品を開発。ラインナップの拡充や賞味期限を1年以上保持できるように設定



自社開発の加工品

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



九州の生産者様の想いがこもった美味しい野菜や加工品をとりまとめ海外へ輸出しています。面倒な書類手続き・飛行機の手配・倉庫の確保もすべてお任せください！国内流通と同じ方法で送るだけなので、生産者様に面倒な手間はかけません。生産者様からのご連絡をお待ちしております！



GFP優良事例

株式会社萌す (沖縄県)

業種：商社 売上規模：1億円

小ロット1箱から輸出！多品種な商品展開で輸出機会創出

輸出の背景/経緯

- 2005年、沖縄県にて観光案内所を開設した際、養殖ミーバイの販売依頼されたことがきっかけで水産物の販売・輸出に参入
- 2015年に創業し、シンガポールのレストラン等向けに沖縄県産鮮魚を中心と輸出を開始
 - シンガポール大手ECサイト RedMartの日本総代理店を担当
- 近年は台湾・香港にも輸出先を拡大しており、畜産物・加工食品等も含めて販路開拓を進めるなど、現地系商流に強い販路を有する
- 2020年、COVID-19影響下に対応するため、オンラインを通じた新たな販路開拓・商談を開始

輸出品目	輸出先国
和牛	シンガポール
野菜・果物	香港
水産物	台湾
地域産加工品	タイ など

輸出取組

輸出取組内容

- 沖縄をはじめとする全国の加工食品業者と連携し、日本産ならではの付加価値の高い商品をECサイト・現地系小売店で販売
 - 多様な日本产品を取り扱っているため、様々な農水畜産物・加工食品に対応可能
- RedMartの日本総代理店を務める強みを活かし、加工食品の継続的な取引・輸出拡大への販路を築く
 - COVID-19状況影響でも輸出取引を拡大し、週5便(那覇・福岡・羽田・成田空港)輸出
 - シンガポール菓子専門卸売・小売と連携を進め、観光客向けにも日本产品を販売
- 現地ディストリビューターと信頼関係を結んでいるため、テスト販売・マーケティング調査・本番販売まで一気通貫で柔軟な対応可能

輸出モデル



輸出初心者である生産者/加工品メーカーに対しても、各の規制・手順等を示した輸出マニュアルや専門機関での輸出成分検査といったバックアップ支援を実施し、輸出ハードルを低減

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

2,500万円

+1億7,500万
(800%)

GFP参画後(2021年)

2億円

GFPを活用した輸出成功ポイント

GFPの繋がりを通じて取引先・販路拡大の機会を創出

課題1

コロナ影響下でも、継続取引が可能な生産者/加工品メーカーを見つけてほしい

GFPビジネスパートナーマッチング

効率的に取引先を見極め・マッチング

GFP事務局にて、事前マッチングした生産者/メーカーと面談することで、取引要望に沿った事業者と効率的かつスピーディーな成約を実現

課題2

アライアンスを拡大しながら自社ビジネスの可能性を広げていきたい

GFPオンラインセミナー

自社知名度を拡大しビジネス機会拡大

GFPイベント等に積極的に参加することで、販路・出先の違う商社と横の繋がりを構築。海外市場の売込時間短縮や物流ルートのシェア等で連携

課題3

取引先であるシンガポール大手EC(RedMart)に多様な商品を提供したい

GFP Facebook/コミュニティサイト

海外ニーズの要望に沿ったGFP产品を提供

COVID-19によって、巣ごもり需要が拡大した際、GFPコミュニティを活用することで、海外取引先に対する商品提案、発注量増加に即時対応



市川農場×萌すミーティング



GFP輸出塾での講演



GFPコミュニティサイト



GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

意欲のある生産者・バイヤーが多く参画しているGFPを活用することで、自社の輸出条件に合うビジネスパートナーとのマッチング機会が期待できます！弊社では青果物全般を含め、水産物・畜産物・加工食品と多様な品目を取り扱っているため、輸出に困ったことがあれば、是非ご相談ください！



GFP優良事例

株式会社478 COMPANY (沖縄県)

業種：地域商社 売上規模：1億5,000万円

輸出品目 輸出先国

沖縄県産品全般
(シークヮーサー×
加工品・紅イ
モ・黒糖等)
中国
東南アジア
豪州等

沖縄の特産品を加工品・原料として輸出

輸出取組

輸出の背景/経緯

- 2012年より、海外展示会・商談会への参加をきっかけとした輸出業務を開始。沖縄大交易会等を通じ、海外バイヤーとの取引を継続的に獲得
- 「沖縄県の特産品を世界に広げる」ことを目指し、海外バイヤー・消費者のニーズを調査し、更なる販路開拓・輸出に適した商品改良も行う
- 観光客向けの「沖縄県民の長寿の秘訣」としての商品PR・販売を通じ、海外消費者向けの知名度向上にも取り組む
→ 那覇港に寄港するクルーズ船、国内・海外の店舗や食品メーカーなどに沖縄県の产品等を提案
- 親会社は地域商社機能も担う沖縄特産販売株式会社で沖縄県产品を扱う

輸出取組内容

- 現在は主に、中国・台湾・香港・タイ・シンガポール・豪州に輸出
- 海外バイヤー・消費者が使いやすい商品を輸出する為に、加工品の原料としての商品開発・販路拡大に重点を置く
- 特に現地の事業者とコラボレーションした、新商品開発・プロモーション等による輸出拡大を志向。本取り組みの一つとして、香港のデザート商品用の原料として黒糖を輸出
- 沖縄県产品的一つである、健康面の効能を訴求しながら、豪州の某ビール醸造会社に対し、ビールの酸味・風味を引き立たせるフレーバーの原料としてシークヮーサー果汁を輸出
- これまで親会社の沖縄特産販売株式会社では、沖縄大交易会での商談成立にて取引先を拡大させながら、沖縄県产品や他県产品の輸出拡大を目指してきた

輸出モデル



特產品の特徴を活かした商品コンセプトを開発。また、輸出に積極的な生産法人との関係構築、トレーサビリティを担保する体制づくりにより、原材料の安定供給を可能にしている

地域商社として、自社にて現地の実需事業者を開拓している。現地バイヤー・消費者のニーズやトレンドを常に把握する為に、自社による直接輸出を基本しながら情報収集を実施

海外バイヤー・消費者が幅広く様々なレシピ・料理に使える、使い勝手の良い加工品の原料としての商品開発・販路拡大を、現地のディストリビューター・実需業者と協働で実施

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2018年)

3,000万円

+1,000万
(133%)

GFP参画後(2021年)

4,000万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

輸出の加速に必要なリソースと商談機会の獲得

課題 1

輸出拡大に向けて、
国内事業者とも共同した
輸出スキームを構築したい

GFP超会議 in Kyusyu
(登壇)

課題 2

新規の輸出向け商品を
効率的に発掘することで、
商談につなげたい

GFPコミュニティ
サイト

課題 3

輸出用の設備投資・商品開発
に向けた補助金の情報を
知りたい

GFPメールマガジン

知名度・信頼を獲得し 商談機会が増加

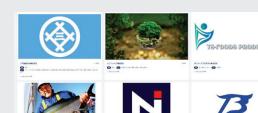
イベント・交流会を通じて商談機会を創出し、同社がコネクションを有する、アジア系バイヤー向けの新商材・現地ニーズに対応した商材を模索



GFP超会議での登壇・
講演の様子

GFPサイトを通じた生 産者の発掘・商談実施

GFPサイトに掲載の事業者を
自ら発掘・コンタクトし、
GFPメンバーであることの信
頼度・安心感を基に、スムー
ズに商談を実施



GFPコミュニティサイトで
提携候補企業をリサーチ

状況に合った補助金・ サポート情報を獲得

農水省からGFPメンバーに随
時案内されるメールマガジン
の補助金事業を参考に、輸出
向けの設備投資・商品開発の
タイミングを検討



GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望

当初は「まずは参加をしてみよう」との思いでGFPメンバーに登録をしましたが、GFP超会議等を通じて、全国の生産者の方々が輸出に積極的に取り組もうとされている点を改めて肌身に感じました。GFPで繋がった全国の生産者様の商品を、是非積極的に輸出するお手伝いを継続していきたいと思います。



與那嶺憲一様



GFP優良事例

島唐食品（沖縄県）

業種：節照たれメーカー 生産規模：1,000万円

2022年 選定

輸出品目	輸出先国
節照たれ	台湾 米国 シンガポール

地元宮古島産にこだわった商品で米国向け輸出を拡大

輸出取組

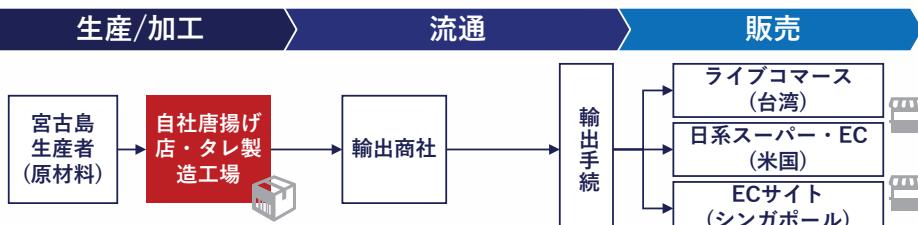
輸出の背景/経緯

- 沖縄県宮古島市にて、地元の食材(かつお節・シークヮーサー・島唐辛子)を活用した「節照たれ」の製造販売、唐揚げ専門店の運営を行う
- 宮古島の素材に魅力を感じ、設立当初から米国への展開を目指したブランドティング・商品開発に取組む
- 2019年、米国向けサンプル輸出をきっかけに米国ECサイト・日系スーパー向けの販売を開始
- 2021年、GFP輸出塾の参加を契機にネットワークが拡大、米国・台湾・シンガポールへの輸出取組みが加速
- 2022年4月には法人化予定で、生産設備の拡充により生産規模の拡大、地元の雇用創出を図る

輸出取組内容

- 米国のヘルシー志向の高まりにより、脂肪0%でありながらコク・旨味を十分に感じられる“マーケットイン”での商品開発を実施
- 米国輸出向けには簡易的な調理が好まれることを見込み“漬け込む手間が不要”である点を押し出し、BBQ等の現地利用シーンに合わせてPR
- 米国輸出を拡大すべく生産体制の拡充を実施、HACCP・FSMA等に対応したキッチンを新設する等、ハード面の整備に取組む
- JETROの「日本産農水産物食品サンプル展示 and オンライン商談会2021 in USA」に採択
- オンラインで専門家に相談することで米国輸出の注意点を学び、食品安全関連規則へ対応
- 現地バイヤーによるGFP製品のFacebookライブコマースにて、実演販売・牛肉のセット販売を介して、台湾向け輸出を拡大

輸出モデル



マーケットインの発想と地元宮古島産の素材にこだわった商品を開発。小規模事業者の強みを生かして、各国のバイヤーの細かな要求に対応した商品開発や生産に取組む

輸出先国との物流事情に精通した国内輸出商社を通じて米国を中心としたルートを開拓。米国輸出に対応した栄養成分表の取得、FSMAへの対応、PCQIの認定を取得することで商社との取引が円滑に

GFPを通じた取組成果

輸出額推移(GFP参画前後)

GFP参画前(2020年)

0円

+15万

GFP参画後(2021年)

15万円

GFPを活用した輸出成功ポイント

GFPを活用した情報収集と意見交換で輸出が加速

課題1

自社商品のプロモーション強化・現地の反応を確かめながら商品開発に応用したい

訪問診断・GFPビジネスパートナーマッチング

効率的に取引先を見極め・マッチング

輸出商社萌すとのマッチングにより台湾向け輸出を開始。現地バイヤーによるGFP製品のLIVE実演販売・牛肉のセット販売を通して、万能たれ200本が完売



台湾向けライブコマース

課題2

輸出に関する知見を身につけて、輸出に取組む事業者との意見交換の場がほしい

GFP輸出塾

意見交換を通して輸出取組みが加速

輸出塾がキーポイントとなり、輸出が拡大。輸出の考え方・取組み・問題点等の経験談やメンバーからの意見を聞くことで、輸出に対する知識が増大



GFP輸出塾での講演

課題3

バイヤーとの商談のノウハウを身につけるため、実践的な勉強機会がほしい

GFPオンラインセミナー・模擬商談

実践的な模擬商談で推進力を身につける

商談資料を作成し、グループワークでプラッシュアップする作業を通して商談における課題発見のきっかけに。バイヤーとの効果的な商談ポイントを習得



GFP模擬商談会

GFPを通じて～輸出取組の感想・今後の展望



輸出未経験でも福岡の商工会議所・福岡貿易会・JETRO沖縄に足を運び、GFPやJETROセミナーの受講、県の関係省庁の支援を受けることで輸出に繋がりました。成功のポイントは“根気強く情報収集すること”だと思います。今後はハラル認証を取得してイスラム圏・アフリカの開拓や、グルテンフリー商品の展開を視野に、輸出拡大を推進していきます！



農林水産物・食品
輸出プロジェクト

こんな方にGFPは最適です！

- 輸出をしたいけど、どうしたらいいかわからない！
- ビジネスパートナーを探したい！
- 輸出に関わる情報を効率よく入手したい！

GFPを通じた成約事例も続々と出ています！

登録
無料

参加を希望する方はまずはメンバー登録を。

WEB : <http://www.gfp1.maff.go.jp>

問い合わせ先：農林水産省 GFP事務局 Mail : gfp@maff.go.jp

